



Promuovere l'imprenditoria sostenibile e sociale
nell'istruzione scolastica attraverso un ambiente
imprenditoriale virtuale

WP2

Programma di formazione degli insegnanti
Imprenditorialità sostenibile e sociale



Indice

Introduzione	5
Destinatari	6
Obiettivi di apprendimento	7
Lo spirito imprenditoriale: che cos'è e che cosa comporta?	8
1. Visione generale	8
Risultati dell'apprendimento	8
2. Introduzione alla Imprenditorialità	9
3. Comprendere la mentalità imprenditoriale	12
3.1. Carriere imprenditoriali.....	12
3.2. Tratti che modellano la mentalità imprenditoriale.....	12
3.3. Benefici imprenditoriali per la società.....	16
4. Perché insegnare l'imprenditorialità	18
4.1 Ruolo degli istituti di istruzione nello sviluppo dell'imprenditorialità.....	18
4.2 Esempi motivazionali di imprenditori di successo.....	19
5. Promuovere un'aula imprenditoriale	24
6. Attività Pratiche & Esercizi	27
Imprenditorialità ecosostenibile	35
1. Visione generale	35
Risultati dell'apprendimento	36
2. Introduzione alla imprenditorialità verde & Concetti chiave	37
2.1. Definizione di imprenditorialità e di imprenditorialità verde.....	38
2.2. Differenti categorie di imprenditorialità verde.....	39
2.3. Benefici dell'imprenditoria verde.....	42
2.4. Potenziali rischi dell'imprenditorialità verde.....	43
3. Competenze verdi.....	45
3.1. Categorie di competenze verdi.....	45
3.2. Transizione verso competenze verdi	46
3.3. Nuove professioni verdi o le professioni esistenti diventano più "verdi"?.....	47
3.4. Competenze Verdi per una tecnologia pulita	49
3.5. La necessità di una strategia per le competenze verdi all'interno di un'impresa	50
4. Insegnare l'imprenditorialità verde	52

Project Partners



5. Modelli imprenditoriali verdi.....	54
5.1. Esplorare le opportunità imprenditoriali verdi.....	54
5.2. Casi di studio di imprenditori verdi di successo	56
6. Attività pratiche per l'imprenditorialità verde.....	58
6.1. Esercizi pratici e progetti per gli studenti	58
6.2. Visite sul campo o visite virtuali di aziende verdi.....	61
Imprenditoria sociale.....	64
1. Visione generale	64
Risultati dell'apprendimento	64
2. Introduzione all'imprenditoria sociale	65
2.1. Economia sociale	65
2.2. Imprenditorialità sociale.....	67
3. Concetti chiave dell'imprenditorialità sociale	69
3.1. Pratiche aziendali etiche.....	69
3.2. Impatto sociale	71
3.3. Innovazione sociale	72
4. Insegnare imprenditorialità sociale.....	74
4.1. Formazione pratica sul comportamento organizzativo - Practical Organizational Behaviour Education (PROBE).....	76
4.2. Misurazione dell'impatto sociale.....	79
4.3. Considerazioni etiche	81
5. Ispirare il cambiamento sociale.....	83
5.1. Iniziative di successo nel settore dell'imprenditoria sociale	83
5.2. Identificare problemi e soluzioni sociali reali	85
6. Coinvolgere gli studenti nei progetti di imprenditoria sociale	88
6.1. Progetti pratici con esempi.....	88
6.2. Collaborazione con i principali stakeholders	93
Approcci all'insegnamento dell'imprenditorialità	96
1. Visione d'insieme	96
Obiettivi formativi.....	96
2. Strategie pedagogiche per l'educazione all'imprenditorialità.....	97
3. Creazione di ambienti di apprendimento interattivi	104
3.1. Gamification	105

Project Partners



4. Progettazione di un programma di studi per l'imprenditorialità.....	109
4.1. Strutturazione di un programma completo di studi imprenditoriali	109
4.2. Allineamento del curriculum agli obiettivi di apprendimento	111
5. Verifica & valutazione.....	113
6. Ruolo dell'insegnante come facilitatore.....	117
6.1. Strategie per guidare gli studenti in progetti imprenditoriali.....	119
6.2. Approcci di tutoraggio e coaching.....	120
7. Superare le sfide	122
7.1. Sfide e difficoltà	122
7.2. Suggerimenti per superare le sfide.....	123
Bibliografia e sitografia.....	128

Creative Commons Licence



CC BY-NC 4.0

Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International

Questa licenza richiede che i riutilizzatori diano credito al creatore. Consente ai riutilizzatori di distribuire, remixare, adattare e sviluppare il materiale in qualsiasi mezzo o formato, solo per scopi non commerciali.

Project Partners



Introduzione

Benvenuti al programma di formazione degli insegnanti sull'imprenditoria verde e sociale, una risorsa innovativa e completa progettata per fornire agli educatori le conoscenze e gli strumenti necessari per coltivare la prossima generazione di leader attenti all'ambiente e alla società. Nel mondo di oggi in rapida evoluzione, caratterizzato da pressanti sfide globali come il cambiamento climatico, la disuguaglianza sociale e il degrado ambientale, è imperativo dotare gli studenti delle competenze e delle prospettive necessarie per affrontare proattivamente questi problemi attraverso l'imprenditorialità.

Perché l'educazione all'imprenditorialità verde e sociale è importante?

L'educazione all'imprenditorialità è emersa come un potente catalizzatore per il cambiamento trasformativo, offrendo agli studenti non solo le conoscenze necessarie per avere successo nel mondo degli affari, ma anche la capacità di generare impatti ambientali e sociali positivi. L'imprenditoria verde, incentrata sulle pratiche commerciali sostenibili e sulla gestione ambientale, e l'imprenditoria sociale, che affronta questioni sociali pressanti, hanno assunto un'importanza notevole nell'era della sostenibilità e della responsabilità sociale.

Sfruttando il potere dell'educazione all'imprenditorialità, possiamo instillare negli studenti la capacità di pensare in modo critico, individuare opportunità di cambiamento positivo e sviluppare soluzioni innovative a problemi complessi. Come educatori, svolgete un ruolo fondamentale nel plasmare la mentalità e i valori delle generazioni future. Questo programma vi fornirà le intuizioni e le competenze per ispirare i vostri studenti a diventare imprenditori orientati allo scopo che sfruttano il business come una forza.

Struttura del programma

Il programma di formazione degli insegnanti sull'imprenditoria verde e sociale comprende quattro moduli distinti, ciascuno incentrato su un aspetto fondamentale dell'educazione all'imprenditorialità:

1. Mentalità imprenditoriale: Cosa è e cosa comporta?: Questo modulo getta le basi spiegando i fondamenti dell'imprenditorialità e perché una mentalità imprenditoriale è essenziale per tutti.

Project Partners





2. Imprenditorialità sostenibile: In questo modulo approfondiamo i concetti chiave dell'imprenditorialità verde, esplorando pratiche commerciali sostenibili e la loro integrazione nel percorso imprenditoriale.

3. Imprenditorialità sociale: Qui esploriamo i principi fondamentali dell'imprenditoria sociale, tra cui considerazioni etiche, misurazione dell'impatto sociale e strategie innovative per affrontare le sfide sociali.

4. Approcci all'insegnamento dell'imprenditorialità: Il modulo finale offre preziosi approfondimenti sulle tecniche e metodologie didattiche per l'insegnamento dell'imprenditorialità, sia in un contesto generale che con un focus specifico sulla realizzazione di cambiamenti positivi per rispondere alle esigenze ambientali e sociali.

Questi moduli sono progettati per essere interattivi, coinvolgenti e informativi, fornendovi le conoscenze e gli strumenti necessari per ispirare i vostri studenti a diventare i responsabili del cambiamento e risolutori di problemi di cui il nostro mondo ha urgente bisogno.

Vi invitiamo a intraprendere questo viaggio trasformativo verso un mondo più sostenibile e socialmente equo attraverso l'educazione all'imprenditorialità. Insieme, possiamo avere un impatto significativo e nutrire una generazione di studenti che non solo sono preparati per le sfide di domani, ma sono anche impegnati a creare un futuro più luminoso e più sostenibile per tutti.

Destinatari

Educatori: Questo programma di formazione è destinato principalmente a insegnanti, istruttori e professionisti dell'educazione che lavorano a diversi livelli del sistema educativo, dalla scuola primaria a quella secondaria. Accoglie inoltre gli educatori degli istituti di istruzione professionale e superiore interessati ad integrare i principi dell'imprenditorialità verde e sociale nelle loro pratiche didattiche.

Personale Amministrativo: Il personale amministrativo delle scuole e dei sistemi di istruzione che mirano a sviluppare e attuare programmi e iniziative incentrati sull'imprenditorialità all'interno delle loro istituzioni troveranno preziose informazioni in questo programma.

Project Partners



Obiettivi di apprendimento

Alla fine del programma di formazione I partecipanti saranno capaci di:

- ✓ **Comprendere l'imprenditorialità e la sua rilevanza:** Acquisire una comprensione completa dell'imprenditorialità, perché è importante, e la sua rilevanza nel contesto dell'istruzione.
- ✓ **Coltivare una mentalità imprenditoriale:** Riconoscere i tratti e le caratteristiche di una mentalità imprenditoriale e il suo significato nel promuovere l'innovazione e la risoluzione dei problemi.
- ✓ **Insegnare l'imprenditorialità verde:** Acquisire una conoscenza approfondita dei concetti di imprenditorialità verde, pratiche commerciali sostenibili e strategie per insegnare questi principi in modo efficace.
- ✓ **Insegnare l'imprenditorialità sociale:** Sviluppare una solida base nell'imprenditoria sociale, che comprenda considerazioni etiche, la misurazione dell'impatto sociale e soluzioni innovative di problemi.
- ✓ **Progettare ambienti di apprendimento imprenditoriale:** Imparare strategie e tecniche pedagogiche per creare aule imprenditoriali coinvolgenti e dinamiche, favorendo la creatività e il pensiero critico.
- ✓ **Potenziare gli studenti per l'impatto ambientale e sociale:** Fornire agli studenti le competenze, le conoscenze e la fiducia necessarie per individuare e affrontare le sfide ambientali e sociali attraverso l'imprenditorialità.
- ✓ **Integrare pratiche Etiche e sostenibili:** Comprendere l'importanza di pratiche commerciali etiche e sostenibili e incorporarle nell'educazione all'imprenditorialità.
- ✓ **Promuovere l'innovazione e la creatività:** Esplora metodi per ispirare innovazione, creatività e pensiero adattivo tra gli studenti, incoraggiandoli a generare soluzioni sostenibili.
- ✓ **Valutare I progressi imprenditoriali:** Scopri metodi e strumenti di valutazione per valutare i progressi imprenditoriali degli studenti, garantendo risultati di apprendimento efficaci.
- ✓ **Facilitare I progetti imprenditoriali:** Imparare a guidare gli studenti attraverso progetti imprenditoriali, fornendo loro tutoraggio e sostegno durante tutto il loro percorso imprenditoriale.

Questo programma di formazione per insegnanti mira a fornire agli educatori e agli amministratori dell'istruzione le conoscenze e le competenze necessarie per ispirare e guidare gli studenti nel loro percorso verso il successo, socialmente responsabili e rispettosi dell'ambiente. In questo modo, possiamo plasmare un futuro più luminoso nutrendo una generazione di responsabili del cambiamento dediti alla costruzione di imprese sostenibili, socialmente inclusive e responsabili dal punto di vista ambientale.

Project Partners



Lo spirito imprenditoriale: che cos'è e che cosa comporta?

1. Visione generale

Il mondo contemporaneo è in rapida evoluzione, spinto dai progressi tecnologici e dai cambiamenti economici. In questo panorama dinamico, i percorsi professionali tradizionali e i modelli educativi non bastano più a preparare le persone al successo. Cresce invece la necessità di coltivare una mentalità imprenditoriale come modulo didattico. La mentalità imprenditoriale non si limita all'avvio di un'impresa, ma si tratta piuttosto di un insieme di competenze, attitudini e prospettive che possono avvantaggiare le persone in diversi aspetti della vita.

Incorporare una mentalità imprenditoriale nell'istruzione non significa che ogni studente dovrebbe avviare un'impresa. Al contrario, tutto ciò fornisce loro un bagaglio di competenze più ampio che è inestimabile nel mondo moderno. Incoraggia inoltre un approccio alla vita che valorizzi l'iniziativa, l'apprendimento dagli errori e l'adattabilità ai cambiamenti. Per rendere efficace questo modulo didattico, è essenziale che gli istituti di istruzione promuovano un ambiente che incoraggi il pensiero imprenditoriale. Ciò potrebbe comportare l'identificazione di studenti con tratti personali caratteristici dell'imprenditorialità, la ridefinizione del curriculum, l'offerta di corsi di imprenditorialità e l'offerta di opportunità per gli studenti di lavorare su progetti e sfide reali.

In conclusione, una mentalità imprenditoriale non è solo una strada per il successo aziendale, ma un approccio potente alla vita che fornisce alle persone le competenze e le attitudini necessarie per prosperare in un mondo in continua evoluzione. Integrando questa mentalità nell'istruzione, possiamo preparare gli studenti ad essere adattabili, innovativi, resilienti e di successo in qualsiasi campo scelgano di perseguire. Si tratta di un investimento per il futuro a vantaggio degli individui e della società nel suo complesso.

Risultati dell'apprendimento

- ✓ Comprendere il concetto di mentalità imprenditoriale e la sua importanza nel panorama aziendale di oggi.
- ✓ Identificare le caratteristiche e i tratti chiave associati ad una mentalità imprenditoriale.
- ✓ Fornire agli insegnanti una comprensione globale del perché insegnare l'imprenditorialità.
- ✓ Introdurre storie di successo su imprenditori di fama mondiale.
- ✓ Scoprire come integrare l'imprenditorialità in classe.

Project Partners



- ✓ Imparare a riconoscere i punti di forza personali e le aree di crescita in relazione alla mentalità imprenditoriale.

2. Introduzione alla Imprenditorialità

L'importanza dell'imprenditorialità e i fattori che spingono le persone a farlo sono stabiliti nel Global Entrepreneurship Monitor (GEM), che esamina gli atteggiamenti nei confronti dell'imprenditorialità degli adulti di età compresa tra 18 e 64 anni. Nel 2022 sono stati intervistati quasi 170.000 individui. Lo studio si concentra su tre aspetti principali:

- (1) se l'imprenditorialità sia considerata una scelta di carriera auspicabile,
- (2) se gli imprenditori sono percepiti come aventi uno status sociale elevato, e
- (3) il livello di attenzione mediatica riservata agli imprenditori (GEM, 2023).

Le persone perseguono l'imprenditorialità per vari motivi, tra cui:

- ✓ Fare la differenza nel mondo.
- ✓ Costruire una ricchezza sostanziale o raggiungere un reddito elevato.
- ✓ Portare avanti una tradizione di famiglia.
- ✓ Cercare un lavoro autonomo come mezzo di sussistenza quando le possibilità di lavoro sono limitate

Queste motivazioni rispecchiano le diverse aspirazioni e circostanze che spingono le persone a intraprendere iniziative imprenditoriali. Alcune persone sono motivate dal desiderio di creare un impatto positivo sulla società o di affrontare sfide specifiche. Altri considerano l'imprenditorialità come una via per il successo finanziario e l'opportunità di accumulare ricchezza significativa. Per alcuni, l'imprenditorialità è un modo per onorare e continuare un retaggio o una tradizione familiare. Inoltre, in situazioni in cui le opportunità di lavoro sono scarse, l'imprenditorialità può offrire un mezzo alternativo per guadagnarsi da vivere (Hirsch et al., 2017).

Inoltre, le Nazioni Unite, nell'approvare l'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile, riconoscono l'imprenditorialità come un meccanismo vitale per far progredire il raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG) delle Nazioni Unite. L'imprenditorialità è vista come un mezzo per promuovere uno sviluppo più equo, sostenibile dal punto di vista ambientale, completo e di migliore qualità. D'altra parte, i potenziali imprenditori non riconoscono l'importanza di attuare gli OSS nelle loro imprese (GEM, 2023).

Project Partners



Alcuni indicatori generali dello studio per il 2022/2023 indicano che in 37 delle 49 economie esaminate, una percentuale significativa (oltre il 40%) di persone che credevano in prospettive commerciali favorevoli a livello locale si sarebbero astenute dal creare un'impresa per timore di fallire. A questi aggiungiamo anche i servizi ai consumatori e i servizi alle imprese, due settori principali per le start-up imprenditoriali nel 2022. Delle 49 economie esaminate nel GEM 2022/2023, solo tre paesi (Togo, Tunisia ed Egitto) hanno registrato una situazione in cui la percentuale aggregata di nuove imprese avviate nei servizi ai consumatori e alle imprese era inferiore al 60%. I livelli di attività imprenditoriale durante il periodo della pandemia presentano uno scenario vario, con alcune economie che hanno assistito a una diminuzione dell'attività imprenditoriale totale nelle prime fasi (TEA), mentre altre hanno registrato un aumento. Comprendere i fattori che contribuiscono a queste tendenze divergenti comporta implicazioni politiche cruciali. Anche l'esame dei dati degli ultimi due anni rivela una prospettiva eterogenea simile (GEM, 2023).

Per quanto riguarda le definizioni di imprenditorialità, la letteratura presenta diverse definizioni di "imprenditore" e "imprenditorialità", ognuna delle quali offre un punto di vista unico. Ad esempio, John Stuart Mill ha posto l'accento sul rischio, Joseph Schumpeter sull'innovazione e sono state evidenziate anche le caratteristiche psicologiche. Altre prospettive collegano l'imprenditorialità a comportamenti e competenze quali l'opportunità creativo e la comprensione del mercato. Nel complesso, l'imprenditorialità è vista come la gestione della propria attività, che comporta sacrifici personali, creatività e assunzione di rischi per creare valore. Questa definizione integra elementi chiave di precedenti caratterizzazioni, tra cui proprietà, innovazione, novità, assunzione di rischi e opportunità creativo, che emergono costantemente nella letteratura (Greenhaus et al., 2019).

Secondo l'OCSE, la promozione dell'imprenditorialità può essere ottenuta attuando una strategia di istruzione e formazione che abbracci i diversi livelli del sistema educativo, comprese le scuole, le università e i programmi a livello industriale o aziendale. Questo approccio globale mira a fornire ai singoli le competenze e le conoscenze necessarie per promuovere l'imprenditorialità. La creazione di un ambiente favorevole al comportamento imprenditoriale richiede una combinazione di fattori sociali, politici ed educativi, nonché una forte enfasi sulla valorizzazione dell'imprenditorialità. Il sistema educativo svolge un ruolo fondamentale nel plasmare la mentalità imprenditoriale dei bambini, mentre anche i membri della famiglia contribuiscono allo sviluppo delle caratteristiche associate al comportamento imprenditoriale (Mazzarol & Reboud, 2020).

Project Partners



La tabella 1 illustra le influenze che modellano o stimolano il comportamento imprenditoriale nelle diverse fasi della vita. Durante l'infanzia e l'adolescenza, i genitori e la famiglia, le esperienze educative e il percorso professionale scelto sono i fattori chiave. Se i bambini e gli adolescenti hanno genitori proprietari di piccole imprese, possono acquisire un'esperienza diretta del funzionamento di un'impresa, che può spingerli ad entrare nell'impresa di famiglia o ad avviarne una propria. Tuttavia, alcuni individui possono essere scoraggiati dalle lunghe ore, dal basso status sociale e dallo stress associati con le piccole imprese, e i loro genitori possono scoraggiarli dal perseguire l'imprenditorialità. Nell'adolescenza, il gruppo dei pari può svolgere un ruolo di primo piano nel plasmare i futuri percorsi di carriera. Se il gruppo di pari si concentra sul successo accademico e sull'accesso a professioni consolidate attraverso l'università, l'interesse per l'imprenditorialità può diminuire (Gibb, 1988).

Tavola 1: Influenza dell'educazione nei diversi stadi della vita dei futuri imprenditori

STAGE OF LIFE				
Infanzia	Adolescenza	Giovani	Adulti	Anziani
Classe sociale della famiglia	Preferenze professionali familiari	Ulteriori scelte educative	Mobilità del lavoro e della classe sociale	Classe sociale e benessere economico
Lavoro	Scelta dell'istruzione professionale	Classificazioni delle classi sociali	lavoro	Situazione familiare
Istruzione	Valori e obiettivi dell'istruzione	influenza residua e propria della famiglia	Propria famiglia e amici	opportunità di lavoro
Valori e Obiettivi	Amici e comunità	Amici e comunità	Soddisfazione sul lavoro	Soddisfazione sul lavoro
			Interazione sociale	Possibilità di andare in pensione

Fonte: (Gibb, 1988).

Project Partners



3. Comprendere la mentalità imprenditoriale

3.1. Carriere imprenditoriali

Le carriere imprenditoriali si contraddistinguono da un profondo impegno personale per il successo dell'impresa, poiché la carriera e l'impresa sono interconnesse. I risultati in un settore influiscono direttamente sull'altro, determinando un livello di rischio più elevato, compreso il potenziale di insuccesso personale, perdita finanziaria e instabilità professionale (Greenhaus et al., 2019)

La carriera imprenditoriale si distingue per il suo livello comparativamente inferiore di struttura, prevedibilità e sostegno rispetto all'occupazione tradizionale. Mentre alcuni individui cercano intenzionalmente la libertà dai vincoli organizzativi, altri possono trovare inquietante la mancanza di infrastrutture aziendali e sistemi di supporto, soprattutto se non sono preparati (Greenhaus et al., 2019).

. Un altro aspetto distintivo delle carriere imprenditoriali è la necessità di una mentalità proattiva e innovativa. La natura delle iniziative imprenditoriali esige risposte rapide alle incertezze del mercato e gli imprenditori devono essere in grado di adattarsi rapidamente. Al contrario, le carriere organizzative sono spesso caratterizzate da ambienti più lenti ostacolati dalla burocrazia e dalla gestione avversi al rischio (Greenhaus et al., 2019).

Inoltre, gli imprenditori assumono più ruoli funzionali contemporaneamente, gestendo aree come operazioni, marketing, contabilità, risorse umane e pianificazione. Ciò contrasta con le carriere organizzative che tipicamente prevedono di concentrarsi su un ruolo funzionale alla volta (Greenhaus et al., 2019).

3.2. Tratti che modellano la mentalità imprenditoriale

Il desiderio di autonomia e indipendenza è un aspetto fondamentale che le persone apprezzano nel loro lavoro, indipendentemente dal loro status professionale. Autonomia e indipendenza si riferiscono alla libertà che un individuo sperimenta nel proprio lavoro, compresa la capacità di prendere decisioni, di esprimersi, di lavorare senza una stretta supervisione e di essere libero da processi burocratici. La ricerca di Edgar Schein sullo sviluppo della carriera ha individuato nell'autonomia/indipendenza una categoria primaria che descrive il concetto di sé professionale di un individuo. Coloro che godono di una carriera incentrata sull'autonomia/indipendenza privilegiano la libertà dalle regole e dai vincoli

Project Partners



organizzativi, favorendo una carriera in cui possono scegliere quando lavorare, su cosa lavorare e l'intensità dei loro sforzi.

Le prime ricerche sugli imprenditori hanno inoltre messo in evidenza la loro difficoltà a rispondere alle figure dell'autorità, in quanto spesso mostravano una certa riluttanza a sottomettersi all'autorità e si sentivano a disagio a lavorare sotto di essa. Il perseguimento di una carriera imprenditoriale offre alle persone uno sbocco per le loro esigenze di autonomia e indipendenza, consentendo loro di sfuggire all'autorità e alla supervisione. Molti imprenditori che abbandonano il tradizionale lavoro aziendale lo fanno perché apprezzano la libertà di prendere decisioni senza interferenze da parte di alti dirigenti o dirigenti. Il desiderio di autonomia, indipendenza e libertà è una motivazione importante per molti

Secondo David McClelland, la necessità di ottenere risultati è una caratteristica psicologica significativa degli imprenditori. McClelland ha identificato tre tratti comportamentali comunemente osservati nelle persone con un elevato bisogno di raggiungere risultati: si assumono la responsabilità personale di trovare soluzioni ai problemi, fissano obiettivi di performance moderati e si assumono rischi calcolati, e desiderano un feedback specifico sulle loro prestazioni.

Numerosi studi hanno esaminato il rapporto tra la necessità di ottenere risultati e l'imprenditorialità. La maggior parte di queste ricerche ha riscontrato che un forte bisogno di risultati è un indicatore affidabile del comportamento imprenditoriale. Vale la pena notare che un forte bisogno di risultati non è solo per gli imprenditori, ma anche per molti leader di successo. Tuttavia, vi sono prove sufficienti per suggerire che un elevato bisogno di risultati può avere un ruolo nell'influenzare la decisione di un individuo di intraprendere un'attività imprenditoriale.

Quando si avvia una nuova attività, è importante considerare l'impatto della paura di fallimento. Il timore di fallire può costituire un forte deterrente per le persone che prendono in considerazione l'imprenditorialità. Questo timore può derivare da diversi fattori, tra cui i rischi finanziari, le pressioni sociali e le insicurezze personali. La ricerca ha dimostrato che gli individui che hanno un maggiore timore di fallimento hanno meno probabilità di avviare

Uno studio condotto dal Global Entrepreneurship Monitor (GEM) nel 2022 ha rilevato che il timore del fallimento è particolarmente diffuso in alcune economie. Delle 49 economie esaminate, tre si sono rivelate particolarmente esposte al rischio di fallimento: Iran, Turchia e Guatemala. In queste economie, gli individui hanno espresso un livello più elevato di preoccupazione per le potenziali conseguenze

Project Partners



negative dell'avvio di un'impresa. Nonostante i timori di insuccesso, lo studio GEM ha anche evidenziato i settori in cui le nuove imprese sono più diffuse. Lo studio ha rilevato che il settore dei servizi ai consumatori e quello dei servizi alle imprese sono i settori principali per l'avviamento di nuove imprese nella maggior parte delle economie esaminate. Questi settori comprendono un'ampia gamma di industrie, tra cui il commercio al dettaglio, l'ospitalità, i servizi professionali e la consulenza (GEM, 2023).

In conclusione, se la necessità di ottenere risultati è una caratteristica importante degli imprenditori, il timore di fallire può fungere da forte deterrente per le persone che prendono in considerazione l'imprenditorialità. Tuttavia, nonostante questi timori, i settori dei servizi ai consumatori e dei servizi alle imprese continuano ad essere i settori principali per l'avvio di nuove imprese in molte economie.

Secondo la ricerca, gli individui che hanno un **locus di controllo interno** credono di avere la capacità di controllare il loro ambiente e determinare il proprio destino attraverso le loro azioni e comportamenti. Questa fiducia nella loro capacità di plasmare il proprio destino può aumentare le loro probabilità di perseguire l'imprenditorialità e di avere successo in questo campo.

Tuttavia, la relazione tra locus di controllo e comportamento imprenditoriale non è costantemente suffragata da studi. Mentre un locus di controllo interno è generalmente associato a individui di successo, non solo agli imprenditori, vi sono prove che suggeriscono che un locus di controllo interno più elevato può differenziare gli imprenditori dalla popolazione generale. Oltre ad altri fattori quali la necessità di ottenere risultati, un locus di controllo interno può fungere da fattore di fondo per la decisione di intraprendere e avere successo nella carriera imprenditoriale.

La ricerca ha indicato che le persone con una mentalità imprenditoriale sono più abili a **gestire situazioni conflittuali e incerte**, nonché a gestire più incarichi con ambiguità. Questa capacità di navigare tra le diverse esigenze dell'azionariato aziendale evidenzia la maggiore tolleranza per l'incertezza che gli imprenditori possiedono rispetto ai manager organizzativi.

In continuità con quanto affermato sulla definizione di imprenditorialità, una caratteristica comune menzionata è **la disponibilità al rischio**. Mentre alcuni studi hanno rilevato che gli imprenditori sono più propensi ad assumere rischi rispetto ai manager nelle organizzazioni, altri studi hanno mostrato risultati contrastanti per quanto riguarda la propensione al rischio come un tratto della personalità degli imprenditori. Tuttavia, alcuni studiosi di gestione suggeriscono che anche se gli imprenditori prendono

Project Partners



decisioni più aggressive e orientate al rischio rispetto ai manager nelle organizzazioni più grandi, gli imprenditori stessi non possono percepire queste decisioni come intrinsecamente rischiose. Ciò è dovuto al fatto che spesso ritengono che i rischi in una determinata situazione siano comparativamente inferiori. La percezione del rischio da parte dell'imprenditore è influenzata da specifici pregiudizi cognitivi, come l'eccessiva fiducia, l'illusione del controllo e l'uso di informazioni limitate ma positive. Inoltre, molti imprenditori hanno una forte convinzione nella loro capacità di plasmare i risultati aziendali, il che li porta a percepire la possibilità di fallimento come relativamente bassa. Di conseguenza, di fronte a situazioni analoghe, è probabile che gli imprenditori percepiscano livelli di rischio inferiori rispetto ai non imprenditori. Si possono sagacemente considerare gli imprenditori come esperti responsabili della gestione dei rischi, dotati di una naturale capacità di mitigare quelle che i non imprenditori possono percepire come situazioni ad alto rischio.

Gli individui hanno diversi orientamenti verso il lavoro che sono influenzati dalle loro motivazioni, valori e talenti. Questi orientamenti, conosciuti come propensione a una certa carriera, sono un riflesso di come gli individui percepiscono se stessi nella carriera scelta. Una delle **propensioni** alla carriera individuate da Edgar Schein è quella **imprenditoriale**, in cui le persone si concentrano principalmente sulla creazione di qualcosa di nuovo e sul raggiungimento del riconoscimento personale. Questa prospettiva significa anche il desiderio di libertà e autonomia nel costruire la propria organizzazione e nel plasmare il proprio business secondo la propria immagine. Essenzialmente, la propensione alla carriera imprenditoriale comprende i tratti della personalità di cui abbiamo parlato finora, come la necessità di raggiungere risultati, un locus interno di controllo, la tolleranza all'ambiguità, la disponibilità al rischio e il desiderio di autonomia e controllo. Suggestisce inoltre che le persone con questa propensione hanno fiducia nelle proprie capacità, una spinta all'innovazione, una tolleranza allo stress e una personalità proattiva (Greenhaus et al., 2019). Un imprenditore deve possedere lo spirito inventivo dell'imprenditorialità per impegnarsi in iniziative imprenditoriali che mostrino una prospettiva lungimirante e la capacità di prendere decisioni informate riguardo al mercato futuro (Cho & Lee, 2018).

Oltre al concetto di orientamento alla carriera di Schein, i ricercatori del management hanno esaminato anche il concetto di "orientamento imprenditoriale", che è un insieme di caratteristiche imprenditoriali derivate dall'auto-esplorazione. L'orientamento imprenditoriale è considerato un costrutto di ordine superiore che rappresenta diverse variabili sottostanti che influenzano il comportamento e il successo

Project Partners



imprenditoriale, tra cui la necessità di autonomia, innovazione, proattività, assunzione di rischi e aggressività competitiva.

L'innovazione nel contesto dell'imprenditorialità si riferisce alla capacità di elaborare idee creative e originali. Implica lo svolgimento di processi di due diligence, come lo sviluppo di nuovi prodotti, processi, fornitori e risorse grezze. Generando nuovi cambiamenti o combinazioni attraverso idee creative, l'innovazione crea valore che le aziende desiderano (Cho & Lee, 2018).

La capacità di essere **proattivi** comporta prendere decisioni strategiche volte a controllare il mercato. Ciò si ottiene individuando e sfruttando le opportunità di mercato ed essendo in grado di riconoscere i cambiamenti sul mercato prima che lo facciano gli altri concorrenti. Si tratta di una qualità importante per creare un vantaggio competitivo e rimanere all'avanguardia scoprendo nuove opportunità basate sulle esigenze future e introducendo nuovi prodotti e servizi sul mercato (Cho & Lee, 2018).

3.3. Benefici imprenditoriali per la società

Gli anni '70 hanno segnato un cambiamento significativo nell'economia globale, che ha portato a un crescente interesse per il comportamento imprenditoriale. Durante questo periodo, molte nazioni industrializzate hanno assistito a cambiamenti significativi nelle loro fortune economiche (Gibb, 1988).

Nel mondo sviluppato, le industrie manifatturiere tradizionali hanno sperimentato un declino dovuto all'emergere di nuove tecnologie e all'espansione di paesi concorrenti come il Giappone. Questo cambiamento ha portato alla crescita del settore dei servizi, che oggi occupa la maggior parte dei lavoratori nelle economie post-industriali. Di conseguenza, molte grandi imprese hanno iniziato a esternalizzare o subappaltare servizi alle imprese più piccole, una tendenza che ha preso slancio negli anni '90. Inoltre, le acquisizioni manageriali sono diventate più diffuse nel settore aziendale, poiché i dipendenti desiderano sempre più indipendenza e flessibilità lavorativa (Mazzarol & Reboud, 2020).

La crescita dell'imprenditorialità è stata inoltre facilitata dall'introduzione di nuove tecnologie dell'informazione a partire dagli anni '80. Queste tecnologie non solo hanno dato vita a industrie completamente nuove, ma hanno anche permesso l'emergere di nuovi imprenditori. Inoltre, il decentramento generato dalle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (TIC) ha svolto un ruolo cruciale nella promozione delle iniziative imprenditoriali (Mazzarol & Reboud, 2020).

Project Partners





È importante notare che i progressi tecnologici hanno il potere di sconvolgere le industrie esistenti e di provocare potenzialmente la perdita di posti di lavoro. Tuttavia, esse creano anche opportunità per lo sviluppo di nuove industrie e la creazione di imprese generatrici di occupazione.

Pertanto, GEM misura il livello di imprenditorialità delle economie e li suddivide in tre categorie: economie basate sui fattori, economie basate sull'efficienza e economie basate sull'innovazione. Le economie basate su fattori sono tipicamente paesi in via di sviluppo con una forte attenzione all'agricoltura e all'agricoltura di sussistenza tra le popolazioni rurali. Le economie basate sull'efficienza, d'altra parte, hanno un elevato livello di industrializzazione e dipendono fortemente dall'industria manifatturiera in industrie ad alta intensità di scala. Infine, le economie orientate all'innovazione hanno una base industriale post-industriale più incentrata sui servizi e sulle imprese ad alta intensità di conoscenze, con una forte enfasi sugli investimenti in ricerca e sviluppo e sull'innovazione (GEM, 2018)

Quando si tratta di avviare nuove imprese, il rapporto GEM (Global Entrepreneurship Monitor) 2022 mette in luce i settori scelti prevalentemente dagli imprenditori di diverse economie. Nella maggior parte delle 49 economie esaminate, i settori principali per la creazione di nuove imprese sono i servizi ai consumatori e i servizi alle imprese. Questi settori sembrano essere i più attraenti per gli imprenditori a causa di diversi fattori quali la domanda del mercato, il potenziale di crescita e la facilità di ingresso (GEM, 2023)

Project Partners



4. Perché insegnare l'imprenditorialità

Con il crescente interesse per le carriere imprenditoriali, si è assistito a un aumento di diversi meccanismi di sostegno per gli aspiranti imprenditori. Questi meccanismi includono social network e alleanze, programmi di formazione e istruzione, pubblicazioni e siti web. Inoltre, i governi a tutti i livelli hanno attuato iniziative specificamente concepite per fornire sostegno alle persone che avviano e gestiscono le proprie iniziative imprenditoriali. Queste iniziative mirano a creare un ambiente favorevole all'imprenditorialità e a fornire risorse e assistenza agli imprenditori durante tutto il loro percorso.

4.1 Ruolo degli istituti di istruzione nello sviluppo dell'imprenditorialità

Le istituzioni educative di tutto il mondo hanno riconosciuto la crescente importanza e richiesta di programmi di educazione all'imprenditorialità. Di conseguenza, questi istituti hanno istituito migliaia di programmi e corsi dedicati all'imprenditorialità, sostenuti da numerose cattedre e centri finanziati. Molti di questi programmi sono stati inizialmente lanciati da ex studenti universitari di successo che volevano aiutare gli studenti a conoscere l'avvio e la gestione delle imprese.

Per quanto riguarda l'educazione all'imprenditorialità, il modello costruttivista può essere molto utile. Coinvolgendo gli studenti in esperienze imprenditoriali reali e incoraggiandoli a partecipare attivamente al processo di apprendimento, possono sviluppare una comprensione più approfondita dei fattori che contribuiscono al successo o al fallimento dell'imprenditorialità. Questo approccio può anche stimolare le loro interpretazioni e valutazioni delle opportunità imprenditoriali, favorendo in ultima analisi una mentalità più imprenditoriale. L'insegnamento dell'imprenditorialità dovrebbe in effetti concentrarsi su interpretazioni e valutazioni stimolanti. Fornendo agli studenti le conoscenze, le competenze e le risorse necessarie e incoraggiandoli ad analizzare e valutare criticamente le opportunità imprenditoriali, l'istruzione può aiutarli a prendere decisioni informate e ad assumere rischi calcolati nelle loro iniziative imprenditoriali (Cho & Lee, 2018).

Questi corsi di imprenditorialità sono molto popolari tra gli studenti e si rivolgono a due gruppi principali: gli studenti universitari e laureati tradizionali interessati a intraprendere una carriera imprenditoriale e gli studenti non tradizionali che sono già praticanti o potenziali imprenditori e che potrebbero voler approfondire la loro formazione. Sebbene il contenuto specifico di questi corsi possa variare da una scuola all'altra, essi riguardano generalmente materie commerciali tradizionali come il

Project Partners



marketing, la finanza, la contabilità e la gestione, con particolare attenzione alle capacità e competenze necessarie per l'imprenditorialità.

La partecipazione ai corsi sull'imprenditorialità può migliorare notevolmente competenze importanti, tra cui la capacità di individuare e valutare opportunità commerciali, ottenere finanziamenti e capitali, sviluppare nuovi prodotti, gestire i rischi, creare piani aziendali e creare reti imprenditoriali. Inoltre, questi programmi di formazione sono un valido strumento per esplorare le proprie opzioni di carriera e acquisire consapevolezza di sé, aiutandoli a determinare se un percorso imprenditoriale è in linea con la propria personalità e il proprio background. Il panorama dell'educazione all'imprenditorialità è ricco e diversificato e offre agli studenti una piattaforma completa per sviluppare le competenze e le conoscenze necessarie per avere successo nel mondo imprenditoriale

Secondo i risultati della ricerca, la convinzione che gli imprenditori siano meno istruiti della popolazione in generale è infondata. Infatti, l'istruzione svolge un ruolo fondamentale nella formazione degli imprenditori e li aiuta ad affrontare le sfide che si trovano ad affrontare. Anche se un'istruzione formale non è un prerequisito per avviare una nuova impresa, essa fornisce una solida base, soprattutto quando è rilevante per l'impresa. Gli imprenditori hanno individuato la necessità di una formazione in settori quali la finanza, la pianificazione strategica, il marketing (in particolare la distribuzione) e la gestione. Capacità comunicative efficaci, sia scritte che verbali, sono essenziali anche nelle attività imprenditoriali. Inoltre, l'istruzione generale è preziosa in quanto facilita l'assimilazione di nuove conoscenze, amplia le opportunità offerte e aiuta gli imprenditori ad adattarsi alle nuove situazioni. Se per un verso l'istruzione influenza positivamente la probabilità di scoprire nuove opportunità, questa non determina soltanto se si creerà un nuovo business per capitalizzare su quelle opportunità. Tuttavia, le persone che percepiscono l'istruzione come un miglioramento delle loro capacità imprenditoriali sono più propense a diventare imprenditori (Hirsch et al., 2017).

4.2 Esempi motivazionali di imprenditori di successo

Canva – Melanie Perkins (32 anni, donna): Perkins ha avuto la sua prima idea all'età di 19 anni nel 2006, mentre lei e Obrecht stavano studiando all'università di Perth. A quel tempo, stava guadagnando qualche soldo extra insegnando programmi di design ad altri studenti. Tuttavia, le piattaforme fornite da Microsoft e Adobe sono state considerate molto difficili dagli studenti, il che ha portato Perkins a credere che ci dovesse essere una soluzione migliore

Project Partners



Davvero notevole! Avviare un'impresa con risorse ed esperienza limitate non è un compito facile. È bello sentire che la coppia ha adottato un approccio piccolo e gestibile creando un annuario scolastico online business design chiamato Fusion Books. Ciò ha permesso loro di testare la loro idea e vedere se avrebbe risuonato con il loro target di riferimento. Lanciando un sito web che ha permesso agli studenti di collaborare e progettare le loro pagine di profilo e i loro articoli, sono stati in grado di offrire un'esperienza unica e personalizzata. Vale anche la pena ricordare che il loro servizio includeva la stampa e la consegna degli annuari alle scuole di tutta l'Australia, il che ha aggiunto convenienza ai loro clienti. Nel complesso, è una testimonianza della loro determinazione e creatività nel trovare un mercato di nicchia all'interno del settore dell'istruzione.

Canva, una popolare piattaforma di graphic design, ha avuto un discreto successo in termini di portata globale e sostegno finanziario. Ha facilitato la creazione di quasi 2 miliardi di progetti in 190 paesi. Non solo, ma ha anche raccolto il sostegno e l'approvazione di celebrità importanti come Owen Wilson e Woody Harrelson.

In October 2019, Canva underwent a funding round that raised an impressive \$85 million. This funding was led by Bond Capital, an investment firm based in Silicon Valley and headed by the renowned investor Mary Meeker. As a result of this funding round, Canva's valuation was estimated to be around \$3.2 billion in 2020 (CNBC, 2020). Nell'ottobre 2019, Canva ha ricevuto un round di finanziamento che ha raccolto un impressionante importo di 85 milioni di dollari. Questo finanziamento è stato guidato da Bond Capital, una società di investimento con sede nella Silicon Valley e guidata dal noto investitore Mary Meeker. Come risultato di questo round di finanziamenti, la valutazione di Canva è stata stimata intorno ai 3,2 miliardi di dollari nel 2020 (CNBC, 2020).

X (ex Twitter), Tesla e SpaceX - Elon Musk (52 anni, maschio): è il CEO di X (ex Twitter), Tesla e SpaceX. Al momento, è considerato la persona più ricca del mondo. Elon Musk è noto per essere molto eloquente sulle sue opinioni su vari argomenti, e spesso usa la sua piattaforma per esprimere le sue opinion

Il percorso imprenditoriale di Musk è iniziato dopo aver abbandonato un corso di laurea in fisica alla Stanford University. Durante il "boom delle dotcom" degli anni '90, ha fondato due start-up tecnologiche: una società di software web e una società di online banking. Alla fine, l'azienda di online banking si è evoluta in PayPal, che successivamente è stata acquistata da eBay per uno sbalorditivo \$1.5 miliardo nel 2002.

Project Partners



Dopo questo successo, Musk ha deciso di investire la sua ricchezza in due ambiziose iniziative. La prima era SpaceX, una società missilistica con l'obiettivo di fornire un'alternativa economica agli sforzi di esplorazione spaziale della NASA. La seconda impresa è stata Tesla, un'azienda di auto elettriche. Inizialmente presidente del consiglio di amministrazione di Tesla, Musk ha assunto il ruolo di amministratore delegato nel 2008

Nel complesso, il percorso di Musk dimostra la sua capacità di individuare opportunità e assumere rischi calcolati nel settore tecnologico. Dalle sue prime start-up ai ruoli attuali in SpaceX e Tesla, ha dimostrato la passione per l'innovazione e la volontà di creare soluzioni all'avanguardia.

È stato accreditato con industrie in ripresa e mette in evidenza la sua acquisizione della piattaforma di social media Twitter nell'ottobre 2022. Da allora, ha apportato modifiche all'azienda, tra cui la riduzione della forza lavoro, il rebranding come X, e l'introduzione di nuovi abbonamenti premium. L'obiettivo è che X diventi una "app per tutto" che offra diversi servizi. Tuttavia, il valore della società è stato riferito è diminuito da \$44 miliardi a \$19 miliardi. Il passaggio menziona anche il coinvolgimento di Mr. Musk nel settore dell'IA, dove è stato uno dei primi investitori nella casa madre di ChatGPT prima di fondare la propria azienda chiamata xAI a luglio. La missione di xAI è descritta come "capire la vera natura dell'universo".

Secondo Bloomberg e Forbes, a partire dal novembre 2023, è classificato come la persona più ricca del mondo, con un patrimonio netto stimato che varia da \$198 miliardi a \$220 miliardi (BBC, 2023).

Amazon - Jeff Bezos (59 anni, uomo): è il presidente e fondatore di Amazon e la sua ricchezza è di 162,5 miliardi di dollari. Imprenditore americano, è ampiamente riconosciuto per il suo ruolo significativo nella crescita dell'e-commerce. È fondatore e amministratore delegato di Amazon.com, Inc., un rivenditore online che ha iniziato con la vendita di libri e successivamente si è espanso per offrire una vasta gamma di prodotti. Sotto la guida di Bezos, Amazon è diventato il più grande rivenditore sul World Wide Web e ha fissato gli standard per le vendite su Internet.

Il percorso di Bezos è iniziato durante gli anni del liceo, quando ha fondato il Dream Institute, un centro dedicato alla promozione del pensiero creativo tra i giovani studenti. Dopo essersi laureato alla Princeton University nel 1986 con una laurea in ingegneria elettrica e informatica, ha esplorato diverse opportunità di carriera prima di entrare a far parte della banca d'investimento di New York D.E. Shaw & Co. nel 1990. Bezos salì rapidamente tra i ranghi e divenne il più giovane vicepresidente senior

Project Partners



dell'azienda. In questo ruolo, si è concentrato sulla valutazione del potenziale di investimento di Internet, che stava vivendo una crescita esponenziale ad un tasso di oltre il 2.000 per cento all'anno.

Nel 1994 prende la decisione coraggiosa di lasciare D.E. Shaw e si trasferisce a Seattle, Washington, dove apre una libreria virtuale nel suo garage. Con un piccolo team di dipendenti, Bezos ha iniziato a sviluppare il software necessario per il sito web. Nel luglio 1995, Amazon ha fatto il suo debutto vendendo il suo primo libro.

Nel corso della sua carriera, Bezos ha dimostrato un approccio visionario all'e-commerce e ha continuamente ampliato l'offerta di prodotti e servizi di Amazon. Oggi, l'azienda si è evoluta in un conglomerato multinazionale che comprende diversi settori, tra cui cloud computing, servizi di streaming e intelligenza artificiale. La mentalità innovativa e la determinazione di Bezos hanno indubbiamente giocato un ruolo fondamentale nel successo di Amazon e nella sua influenza sul panorama del retail online (Forbes, 2023).

Harpo Productions - Oprah Winfrey (69 anni, donna): Con un patrimonio netto di 2,49 miliardi, è ampiamente considerata come una delle imprenditrici più ricche e di maggior successo al mondo. È diventata un simbolo iconico del Sogno Americano, incarnando gli ideali di successo e realizzazione.

Il percorso di Oprah verso la creazione del suo impero mediatico non è stato facile. Ha affrontato numerosi ostacoli e difficoltà personali fin dalla giovane età. Cresciuta nelle campagne del Mississippi e del Tennessee negli anni '50 e '60, ha dovuto affrontare problemi finanziarie, una complicata struttura familiare, e l'esperienza traumatica di subire abusi sessuali e la perdita di un bambino.

Malgrado queste sfide, la carriera del Oprah nei media ha cominciato a prendere forma quando ha iniziato a lavorare per la sua stazione radio della High School. All'età di 19 anni ha lavorato come conduttrice di un notiziario locale, che è servito come trampolino di lancio per il suo futuro successo. Nel 1986 ha iniziato il suo talk show, The Oprah Winfrey Show.

Tuttavia, Oprah non si è limitata ad ospitare un talk show di successo. Ha sfruttato la sua popolarità per fondare la sua società di produzione, la Harpo Productions. Riprendendo la produzione del suo talk show dalla ABC, Harpo Productions ha svolto un ruolo cruciale nel plasmare il programma iconico che è diventato.

Ancora oggi, Oprah rimane il CEO di Harpo Productions e sovrintende alla Oprah Winfrey Network (OWN). Continua a produrre serie televisive e ha esteso la sua influenza ad altri media, come libri,

Project Partners





programmi radiofonici, recitazione e doppiaggio. Inoltre, Oprah utilizza la sua ricchezza per iniziative filantropiche, favorendo un impatto positivo in diverse comunità.

La storia di successo di Oprah è una testimonianza della sua resilienza e determinazione. Pur affrontando sfide personali e superando il sessismo e il razzismo, è diventata una pioniera e un'ispirazione per imprenditori e privati.

Per concludere, l'ascesa al successo di Oprah Winfrey è lo specchio fedele della sua forza e determinazione incrollabili. Fin dagli umili inizi, ha costruito un impero e si è trasformata in una figura influente nell'industria dei media. La sua storia serve a ricordare che con perseveranza e una visione forte, si può superare qualsiasi ostacolo e raggiungere la grandezza (EWOR Team, 2022)

Project Partners



5. Promuovere un'aula imprenditoriale

La scelta di una carriera imprenditoriale, anche se diversa dalla scelta di una tradizionale carriera organizzativa, dovrebbe comunque basarsi su un'analisi globale dei desideri, delle caratteristiche personali e su una valutazione approfondita dell'ambiente di lavoro. Gli studiosi nel campo della gestione fanno riferimento al desiderio di diventare un imprenditore come intenzione imprenditoriale. Si tratta dell'interesse e della convinzione personale di un individuo a intraprendere una carriera imprenditoriale, influenzati da fattori personali e ambientali. Una forte volontà imprenditoriale svolge un ruolo importante nel diventare imprenditori, in quanto è legata ad aspetti motivazionali come la definizione di obiettivi e lo sviluppo di strategie. Pertanto, l'obiettivo di diventare imprenditori dovrebbe essere il risultato di un processo sistematico e approfondito di auto-esplorazione e di comprensione dell'ambiente professionale. Tale analisi dovrebbe consentire di comprendere meglio se una carriera imprenditoriale sia una scelta saggia. Inoltre, durante l'intero percorso imprenditoriale, è importante rivalutare e valutare regolarmente il percorso scelto.

Il processo di apprendimento e di istruzione va oltre la semplice acquisizione di conoscenze. L'approccio comportamentista tradizionale, in cui gli studenti sono visti come destinatari passivi dell'informazione, è stato sostituito dal modello costruttivista. Questo modello riconosce che il vero scopo dell'istruzione è quello di aiutare i discenti a sviluppare i propri modi di organizzare e strutturare la conoscenza. Le interpretazioni e le valutazioni sono fondamentali per le decisioni e i comportamenti imprenditoriali. Essi sono influenzati dal contesto sociale e ambientale di un individuo. Questo collegamento tra interpretazioni e valutazioni può essere utilizzato nell'educazione all'imprenditorialità. Incorporando insegnamenti che stimolano l'interpretazione e la valutazione del processo decisionale e dell'azione imprenditoriale, si può migliorare la motivazione per il processo decisionale e l'azione imprenditoriale (Carsrud & Brannback, 2009)

Oltre a fornire informazioni e conoscenze, i corsi sull'imprenditorialità, l'innovazione e la gestione strategica dovrebbero concentrarsi anche sull'insegnamento della gestione emotiva e cognitiva. Ciò è particolarmente importante per affrontare le emozioni negative. Questi corsi possono essere utili anche agli analisti e ai project manager, in quanto possono ricevere consigli sul significato delle valutazioni soggettive e delle emozioni effettive nel processo decisionale e nei giudizi (Carsrud & Brannback, 2009).

Project Partners



L'educazione all'imprenditorialità svolge un ruolo fondamentale nel rafforzare la vigilanza imprenditoriale e le capacità di valutazione della fattibilità. Così facendo, contribuisce a sviluppare il capitale umano e sociale, che a sua volta costruisce l'autoefficacia imprenditoriale. In sostanza, l'educazione all'imprenditorialità agisce come un optometrista, fornendo obiettivi chiari ai potenziali imprenditori, riducendo la loro ignoranza manageriale. Inoltre, è importante che l'educazione all'imprenditorialità affronti l'eccessiva fiducia e l'uso di regole decisionali semplicistiche. Ciò può essere ottenuto aumentando la consapevolezza circa la sub-ottimizzazione dei pregiudizi cognitivi e dell'euristica. Infine, è probabile che l'educazione all'imprenditorialità aumenti il numero di nuove imprese evidenziando i benefici finanziari e psicologici associati ad un'imprenditorialità di successo (Carsrud & Brannback, 2009).

Bisogna fare in modo che i nuovi educatori dell'imprenditorialità non rimangano agganciati ai vecchi modi di pensare. Come ha sottolineato John Maynard Keynes, la sfida non è necessariamente accettare nuove idee, ma piuttosto lasciar andare quelle vecchie. Ciò è particolarmente importante in un settore in rapida evoluzione come quello dell'imprenditorialità, dove l'innovazione e l'adattabilità sono fondamentali. Abbracciando una mentalità di apprendimento continuo e restando aperti a nuovi approcci, gli educatori possono meglio attrezzare la prossima generazione di imprenditori per navigare nel panorama imprenditoriale in continua evoluzione (Kuratko, 2005).

La **prima fonte** che fornisce dati relativi al processo o alla prospettiva imprenditoriale sono le pubblicazioni basate sulla ricerca, che sono studi accademici e articoli che approfondiscono diversi aspetti dell'imprenditorialità (Kuratko, 2005). Queste pubblicazioni sono in genere sottoposte a revisione inter pares e forniscono analisi e approfondimenti rigorosi sul campo. Altre fonti sono le pubblicazioni popolari, che includono libri, riviste e articoli online che si rivolgono ad un pubblico più ampio. Queste pubblicazioni offrono spesso consigli pratici, storie di successo e tendenze imprenditoriali. Inoltre, un'ulteriore fonte di informazione potrebbe essere costituita da dati raccolti tramite indagini e studi di ricerca condotti da organizzazioni e istituzioni. Queste inchieste spesso raccolgono informazioni dagli imprenditori stessi, nonché da altre parti interessate quali investitori, responsabili politici ed esperti del settore.

La **seconda grande fonte** menzionata è l'osservazione diretta degli imprenditori che esercitano la loro attività, che può essere ottenuta tramite interviste, indagini e studi di casi. L'analisi di queste esperienze

Project Partners





consente di comprendere i tratti, le caratteristiche e la personalità dei singoli imprenditori e aiuta a individuare i punti in comune che spiegano la prospettiva (Kuratko, 2005).

La **fonte finale** è costituita da discorsi e presentazioni da parte di imprenditori professionisti, compresi seminari. Anche se questa fonte potrebbe non fornire tanto approfondimento come i due precedenti, offre comunque l'opportunità di conoscere la prospettiva imprenditoriale. I programmi imprenditoriali residenziali nelle università esemplificano il valore delle presentazioni orali nell'educazione all'imprenditorialità (Kuratko, 2005).

Combinando i dati di queste tre fonti, gli studenti possono acquisire una comprensione completa del panorama imprenditoriale e prendere decisioni informate.

Project Partners



6. Attività Pratiche & Esercizi

Lo sviluppo del pensiero imprenditoriale parte dal punto in cui l'individuo valuta la sua **autoconsapevolezza** nella selezione degli obiettivi di carriera che si allineano con i propri interessi, valori e preferenze di stile di vita. Esistono diversi strumenti di valutazione, che hanno categorie specifiche che indicano se un individuo possiede un concetto di sé imprenditoriale o un modello. Oltre a comprendere gli interessi personali e le caratteristiche psicologiche, gli aspiranti imprenditori dovrebbero anche considerare le questioni fondamentali del successo aziendale. Alcune di queste domande includono: La mia idea imprenditoriale è abbastanza forte? Ho le competenze manageriali necessarie per avere successo? Quanta importanza attribuisco al denaro? Posso gestire i rischi connessi con la proprietà della mia azienda? Come reagirà la mia famiglia se decido di diventare un imprenditore? È fondamentale riconoscere che la carriera dell'imprenditore e l'impresa stessa sono strettamente intrecciate, rendendo necessario valutare sia gli interessi individuali, le esigenze e le possibilità di successo, sia quelli dell'impresa (Greenhaus et al., 2019).

Un altro problema è la comprensione dell'ambiente di lavoro da parte dell'imprenditore che va oltre la semplice raccolta di informazioni personali. Si tratta anche di analizzare le condizioni che la loro potenziale società dovrebbe affrontare. Questa valutazione dell'ambiente di lavoro serve come analisi ambientale per l'azienda, che comprende le aspettative sulle condizioni finanziarie ed economiche, i cambiamenti demografici, le preferenze di mercato, le questioni legali e normative, i progressi tecnologici e vari altri fattori. Nella scelta di una carriera imprenditoriale e nella scelta di un tipo di impresa, è importante tener conto delle conoscenze acquisite grazie a questa analisi del contesto.

Il flusso dell'analisi si basa sulla ricerca di Bazkiaei et al. (2020).

Qui di seguito si propone un **esercizio pratico**:

Si introduce qui di seguito il progetto e la protezione dei dati personali GDPR. A seconda del target della popolazione studentesca, ogni insegnante agirà di conseguenza.

Si introduce qui di seguito il progetto e la protezione dei dati personali GDPR.

I partecipanti sono invitati a compilare un questionario. Si daranno ai partecipanti le informazioni a proposito del progetto stesso, sulla protezione dei dati personali GDPR e sulla persona di contatto che fornisce le informazioni aggiuntive. A seconda del target della popolazione studentesca, ogni insegnante agirà di conseguenza.

Project Partners



La prima parte del questionario raccoglie dati demografici dei partecipanti. Le domande sono le seguenti:

Età del partecipante: _____

Genere: ___ Maschile ___ Femminile

Luogo di nascita: _____

Luogo di residenza: _____

La seconda parte del questionario serve ai partecipanti per valutare le loro caratteristiche personali. Ci sono 5 tratti personali identificati che potrebbero essere misurati dal Big-5 Inventory (John & Srivastava, 1999). Ogni studente deve scrivere se è d'accordo con ogni affermazione.

Items	Fortemente in disaccordo (1)	lievemente in disaccordo (2)	Nè in accordo nè in disaccordo (3)	Lievemente d'accordo (4)	Fortemente d'accordo (5)
1. sei loquace	1	2	3	4	5
2. Tendi a trovare difetti negli altri	1	2	3	4	5
3. Fai un lavoro accurato	1	2	3	4	5
4. Sei depresso, giù di morale	1	2	3	4	5
5. Sei originale, apporti nuove idee	1	2	3	4	5
6. Sei riservato	1	2	3	4	5
7. sei collaborativo e altruista nei confronti degli altri	1	2	3	4	5
8. Puoi essere un po' incurante	1	2	3	4	5
9. Sei rilassato, gestisce bene lo stress	1	2	3	4	5
10. sei curioso di molte cose diverse	1	2	3	4	5
11. Sei pieno di energia	1	2	3	4	5
12. Litighi con gli altri	1	2	3	4	5
13. Sei un lavoratore affidabile	1	2	3	4	5
14. puoi essere teso	1	2	3	4	5

Project Partners



15. sei ingegnoso, un fine pensatore	1	2	3	4	5
16. Generi tanto entusiasmo	1	2	3	4	5
17. Perdoni facilmente	1	2	3	4	5
18. Tendi a essere disorganizzato	1	2	3	4	5
19. Ti preoccupi molto	1	2	3	4	5
20. Hai una viva immaginazione	1	2	3	4	5
21. Tendi ad essere silenzioso	1	2	3	4	5
22. sei generalmente fiducioso	1	2	3	4	5
23. Tendi ad essere pigro	1	2	3	4	5
24. Sei emotivamente stabile, non ti arrabbi facilmente	1	2	3	4	5
25. Sei ingegnoso	1	2	3	4	5
26. Hai una personalità assertiva	1	2	3	4	5
27. Puoi essere freddo e distaccato	1	2	3	4	5
28. Perseveri finchè non porti a compimento un compito	1	2	3	4	5
29. Puoi essere lunatico	1	2	3	4	5
30. Apprezzi le esperienze artistiche ed estetiche	1	2	3	4	5
31. A volte sei timido e inibito	1	2	3	4	5
32. Sei premuroso e gentile con quasi tutti	1	2	3	4	5
33. Fai le cose efficientemente	1	2	3	4	5
34. Rimani calmo in situazioni tese	1	2	3	4	5
35. Preferisci un lavoro di routine	1	2	3	4	5

Project Partners



36. Sei estroverso, socievole	1	2	3	4	5
37. Sei a volte scortese verso gli altri	1	2	3	4	5
38. Fai progetti e li persegui	1	2	3	4	5
39. Ti innervosisci facilmente	1	2	3	4	5
40. Ti piace riflettere e hai molte idee	1	2	3	4	5
41. Hai pochi interessi artistici	1	2	3	4	5
42. T piace cooperare con gli altri	1	2	3	4	5
43. Ti distrai facilmente	1	2	3	4	5
44. Hai un gusto raffinato in arte, musica o letteratura	1	2	3	4	5

Calcolo dei tratti della personalità:

Estroversione: 1, 6r, 11, 16, 21r, 26, 31r, 36

Gradevolezza: 2r, 7, 12r, 17, 22, 27r, 32, 37r, 42

Coscienziosità: 3, 8r, 13, 18r, 23r, 28, 33, 38, 43r

Nevroticismo: 4, 9r, 14, 19, 24r, 29, 34r, 39

Apertura mentale: 5, 10, 15, 20, 25, 30, 35r, 40, 41r, 44

R – punteggio inverso

Atteggiamenti personali (Liñán & Chen, 2009): Indicate il vostro livello di accordo con le seguenti frasi da 1 (fortemente in disaccordo) a 7 (fortemente in d'accordo).

	Fortemente in Disaccordo (1)	In disaccordo (2)	Parzialmente in Disaccordo (3)	Neutrale (4)	Parzialmente d'accordo (5)	D'accordo (6)	Fortemente d'accordo (7)
1. essere un imprenditor e ha più vantaggi che svantaggi per me.	1	2	3	4	5	6	7

Project Partners



2. la carriera imprenditoriale mi attrae	1	2	3	4	5	6	7
3. se ne avessi l'opportunità e le risorse, vorrei avviare una società.	1	2	3	4	5	6	7
4. Essere un imprenditore sarebbe un grande piacere per me	1	2	3	4	5	6	7
5. Tra le varie opzioni, preferirei essere un imprenditore.	1	2	3	4	5	6	7

Norme soggettive: Se decideste di avviare un'impresa, la gente intorno a voi approverebbe questa decisione? Votare da 1 (Fortemente disapprovato) a 7 (fortemente approvato).

	Fortemente approvato (1)	Disapprovato (2)	Parzialmente Disapprovato (3)	Neutrale (4)	Parzialmente Approvato (5)	Approvato (6)	Fortemente Approvato (7)
1. la tua famiglia ristretta	1	2	3	4	5	6	7
2. I tuoi amici	1	2	3	4	5	6	7
3. I tuoi colleghi	1	2	3	4	5	6	7

Project Partners



Controllo del comportamento percepito (Liñán & Chen, 2009): In che misura concordi con le seguenti affermazioni riguardanti le tue capacità imprenditoriali? Votali da 1 (fortemente in disaccordo) a 7 (fortemente d'accordo)

	Fortemen te in Disaccord o (1)	In Disaccor do (2)	Parzialmen te in Disaccordo (3)	Neutra le (4)	Parzialmen te d'accordo (5)	D'accor do (6)	Fortemen te d'accordo (7)
1. Avviare un'attività e mantenerla sarebbe facile per me.	1	2	3	4	5	6	7
2. Sono pronto ad avviare un'attività sostenibile .	1	2	3	4	5	6	7
3. Posso controllare il processo di creazione di una nuova società.	1	2	3	4	5	6	7
4.. Conosco i dettagli pratici necessari per avviare un'impresa	1	2	3	4	5	6	7
5. So come sviluppare un progetto imprenditoriale.	1	2	3	4	5	6	7
6. Se cercassi di avviare un'attività, avrei un'alta probabilità di successo.	1	2	3	4	5	6	7

Intenzione imprenditoriale (Liñán & Chen, 2009): Si prega di indicare il proprio livello di accordo con le seguenti affermazioni da 1 (fortemente in disaccordo) a 7 (fortemente d'accordo)

Project Partners



	Fortemente in Disaccordo (1)	In disaccordo (2)	Parzialmente in Disaccordo (3)	Neutrale (4)	Parzialmente d'accordo (5)	D'accordo (6)	Fortemente d'accordo (7)
1. Sono pronto a tutto per diventare un imprenditore.	1	2	3	4	5	6	7
2. Il mio obiettivo professionale è quello di diventare un imprenditore.	1	2	3	4	5	6	7
3.. Cercherò di avviare e gestire la mia azienda.	1	2	3	4	5	6	7
4. Sono determinato a creare una società in futuro.	1	2	3	4	5	6	7
5. Ho pensato seriamente di fondare un'azienda.	1	2	3	4	5	6	7
6. Ho la ferma intenzione di avviare un'attività, un giorno.	1	2	3	4	5	6	7

Dopo avere compilato il questionario, gli studenti calcoleranno la media delle risposte di ogni parte e discuteranno i loro risultati tra pari e con l'insegnante. Possono parlare di quali tratti personali trovano

Project Partners





importanti per l'imprenditore futuro e quanto importanti trovano l'estroversione, la gradevolezza, la coscienza, il nevroticismo e l'apertura mentale come i 5 grandi tratti personali per l'imprenditore.

Project Partners



Imprenditorialità ecosostenibile

1. Visione generale

Il mondo naturale in cui viviamo è un insieme di organismi ed elementi che interagiscono e la cui esistenza è decisiva per la nostra sopravvivenza. Le risorse naturali non sono illimitate. I problemi ambientali critici hanno dominato il dibattito pubblico sulla tutela dell'ambiente negli ultimi decenni. Sebbene l'eterna evoluzione dell'attività imprenditoriale abbia contribuito alla creazione di conoscenze e competenze che hanno portato a una crescita economica e a una prosperità senza precedenti, il problema ambientale è più acuto che mai.

In nessun altro periodo della storia moderna le sfide ambientali sono state così intense. L'ambiente è in crisi. La crescente preoccupazione globale per il cambiamento climatico, l'esaurimento delle risorse naturali, la desertificazione, la perdita di biodiversità e l'inquinamento delle risorse idriche hanno rimesso in discussione il dilemma "sviluppo o ambiente". La tutela dell'ambiente è una delle priorità della politica europea e mondiale e svolge un ruolo importante nella formulazione della maggior parte delle politiche nazionali per lo sviluppo sostenibile.

Lo sviluppo sostenibile, cioè il modello di sviluppo che soddisfa i bisogni umani attuali senza compromettere il benessere e la capacità delle generazioni future di soddisfare i propri bisogni, è stato definito come l'interazione di tre sistemi diversi ma al tempo stesso completamente interdipendenti: quello economico, quello sociale e quello ambientale. Il perseguimento dello sviluppo sostenibile presuppone l'efficienza economica e, al tempo stesso, la giustizia sociale, la tutela dell'ambiente e la conservazione dello stesso.

La green economy è un modello di sviluppo che riconosce l'interconnessione dell'economia e della produzione con gli ecosistemi naturali e mira a scollegare (disaccoppiare) la crescita dell'economia dalla distruzione dell'ambiente. È stato principalmente associato agli effetti dell'economia sul cambiamento climatico e sul riscaldamento globale.

L'imprenditoria verde è il tentativo di conciliare due esigenze fondamentali e apparentemente contrastanti: lo sviluppo economico e la tutela dell'ambiente. L'ambiente e la competitività sono concetti complementari e non contraddittori, in quanto la tutela dell'ambiente è una condizione essenziale per una forte competitività e, di conseguenza, per uno sviluppo economico sostenibile.

Project Partners





Il modulo "Imprenditorialità ecosostenibile" si propone di fornire agli insegnanti le conoscenze sui principali principi dell'imprenditorialità verde e gli strumenti necessari per comunicarlo con successo ai propri studenti. L'importanza dell'imprenditorialità verde viene sottolineata offrendo agli insegnanti una panoramica della green economy, fornendo esempi di buone pratiche commerciali e innovazione nell'insegnamento. Tra i concetti chiave figurano le politiche governative, lo sviluppo sostenibile, le pratiche responsabili dei consumatori e i sistemi di gestione rispettosi dell'ambiente.

Risultati dell'apprendimento

- ✓ Definire e spiegare principi fondamentali dell'imprenditoria verde.
- ✓ Riconoscere il ruolo fondamentale dell'imprenditoria verde nell'affrontare le sfide ambientali.
- ✓ Spiegare il ruolo che l'imprenditoria verde può svolgere sia come motore della redditività delle imprese che come strumento di tutela dell'ambiente.
- ✓ Individuare l'importanza del comportamento dei cittadini/consumatori e delle politiche governative per promuovere l'imprenditorialità verde.
- ✓ Distinguere le opportunità e i rischi che caratterizzano l'imprenditorialità verde e il ruolo degli strumenti e dei metodi di garanzia della qualità ambientale.
- ✓ Comprendere il ruolo dell'imprenditorialità verde nella promozione dell'esperienza di sviluppo, ma anche il suo rapporto con la responsabilità sociale.

Project Partners



2. Introduzione alla imprenditorialità verde & Concetti chiave

Per molti anni, le sfide ambientali e di sviluppo sono state affrontate attraverso lo sviluppo sostenibile, generalmente considerato il punto d'incontro delle esigenze delle generazioni attuali e la capacità delle generazioni future di soddisfare le proprie esigenze. Sebbene questo approccio sia stato produttivo sotto molti aspetti, mancava un modo chiaro per raggiungere tali obiettivi. La crescita verde non sostituisce lo sviluppo sostenibile. La crescita verde sta affrontando le sfide ambientali e le azioni per lo sviluppo, e si tratta di sfruttare le opportunità per realizzarle insieme.

Affrontare il cambiamento climatico è importante per evitare gravi conseguenze economiche, sociali e ambientali e per mantenere gli standard di benessere in tutto il mondo. Negli ultimi anni è stato dimostrato il potenziale di transizione verso un'economia a basse emissioni di carbonio e di conseguire una crescita verde e sostenibile. Nelle condizioni attuali, è essenziale rivedere il rapporto tra imprenditorialità e ambiente.

Esempio di interazione tra Imprese e ambiente

La relazione dell'intersezione tra le attività delle imprese e l'ambiente nel contesto di uno sviluppo sostenibile di solito è espresso con il modello di eco-efficienza che è spesso anche definito come l'efficienza della produttività o della risorsa. Eco-efficienza significa perseguire il maggiore servizio di utilità pubblica possibile per unità di materie prime o naturali/risorsa energetica. Una frequente misura di eco-efficienza è il consumo di combustibile espresso in Km. per litri. Se da un canto il chilometraggio esprime l'unità, l'unità di misura del litro essenzialmente esprime il volume del carburante necessario per raggiungere quel servizio di pubblica utilità.

Le tendenze economiche internazionali indicano la via per un'imprenditorialità più ecologica. Il costo dell'utilizzo delle risorse e della gestione degli scarti di produzione, la continua penuria di materie prime specifiche e l'introduzione di ecotasse indicano che un approccio più realistico e spesso più semplice per un'impresa per realizzare profitti consiste nel ridurre i costi legati all'ambiente rispetto all'incremento delle vendite. Affrontare gli effetti negativi del processo produttivo sull'ambiente naturale è stato proposto come un approccio strategico critico per l'attività imprenditoriale basato sullo sviluppo sostenibile ma anche sullo sviluppo di vantaggi competitivi innovativi. Gli imprenditori verdi possono svolgere un ruolo importante nella riduzione delle emissioni di gas a effetto serra grazie alla loro competenza nello sviluppo e nello sviluppo di soluzioni verdi innovative. Ciò potrebbe costituire

Project Partners



una forza trainante importante nello sforzo globale volto a mitigare i cambiamenti climatici causati dalle attività umane, agevolati da politiche pubbliche che promuovono l'imprenditorialità verde.

Un esempio di iniziativa per la crescita verde

Lighting Africa Initiative: un programma congiunto della Banca Mondiale e della International Finance Corporation volto a contribuire allo sviluppo dei mercati dell'illuminazione commerciale off-grid nell'Africa subsahariana. Con l'obiettivo di fornire un'illuminazione off-grid sicura, conveniente e moderna a 2,5 milioni di persone in Africa entro il 2012 e a 250 milioni di persone entro il 2030, il programma sta mobilitando il settore privato per costruire mercati sostenibili in Kenya, Ghana, Tanzania, Etiopia, Senegal e Mali.

2.1. Definizione di imprenditorialità e di imprenditorialità verde

Un imprenditore è definito come un individuo che prende un'idea iniziale e sviluppa un'impresa intorno ad essa, gestisce l'impresa e si assume il rischio per il suo successo o fallimento. Alcuni commentatori propongono una definizione più ampia che comprenda chiunque crei e gestisca un'impresa, mentre altri suggeriscono che un imprenditore è una persona che innova e guida in un determinato settore.

Aggiungendo l'elemento "verde" alla definizione, un imprenditore verde potrebbe essere descritto come un individuo o un'impresa che intraprende un'attività e cerca di trovare nuove soluzioni per ridurre l'impatto ambientale.

Una cosa comune in ogni imprenditore (verde) è che iniziano le imprese commerciali con un elemento di rischio. Nella migliore delle ipotesi, i risultati non sono facili da prevedere e la possibilità di fallimento è sempre presente. Come qualsiasi altro imprenditore, un business verde passa attraverso un processo di valutazione di una nuova opportunità, l'acquisizione di finanziamenti, lo sviluppo di un business plan, e la gestione con successo della nuova impresa commerciale.

Una caratteristica comune degli imprenditori verdi è che la loro attività, sebbene non tutte le sue componenti abbiano un effetto neutro o positivo, ha un impatto complessivamente positivo sull'ambiente naturale e indica la via verso una società più sostenibile. In effetti, è improbabile che l'attività di un imprenditore verde sia verde al 100%. Dev'esserci un settore dell'attività in cui vengono utilizzate risorse o servizi non rispettosi dell'ambiente e si producono rifiuti. Ciononostante, gli

Project Partners



imprenditori ecologici portano sui mercati nuovi prodotti o servizi che hanno un impatto ambientale complessivamente positivo

2.2. Differenti categorie di imprenditorialità verde

L'imprenditorialità e l'ambientalismo si basano su una percezione del valore. Gli atteggiamenti che tengono conto delle preoccupazioni ambientali creano opportunità che possono essere sfruttate a livello imprenditoriale. Gli Imprenditori Ambientali non solo riconoscono le aree di valore, ma costruiscono anche imprese reali per promuovere il cambiamento nella società. (Anderson, 1998). La letteratura sulla green economy riconosce quattro diverse categorie di imprenditori verdi:

1. L'imprenditore innovativo è guidato da un profitto finanziario opportunistico che individua una nicchia o un'opportunità ecologica. Questo tipo di imprenditore verde è stato influenzato principalmente da fattori strutturali come la regolamentazione.
2. Il tipo visionario, un idealista che si propone di trasformare il mondo, immagina un futuro sostenibile, ed è pronto ad intraprendere cambiamenti strutturali significativi, guidando l'eco-innovazione. Il sistema di credenze personali di questo tipo di imprenditore verde vede la protezione dell'ambiente naturale e lo sviluppo sostenibile come gli obiettivi più importanti.
3. The ethical maverick. Individualist with like-minded experiences from the past rather than someone who envisions a changing world. Ethical mavericks are keen on setting up alternative businesses rather than conventional enterprises. L'anticonformista etico. Individualista con esperienze simili dal passato piuttosto che qualcuno che immagina un mondo che cambia. Gli anticonformisti etici preferiscono creare imprese alternative piuttosto che imprese convenzionali.
4. L'imprenditore verde accidentale. Questo tipo di forza motrice dell'imprenditore verde è il profitto. Si riferisce a persone motivate principalmente da obiettivi finanziari piuttosto che da valori ambientali specifici. Questo tipo di imprenditore verde è qualcuno che è stato influenzato da altri prima di diventare un imprenditore verde.

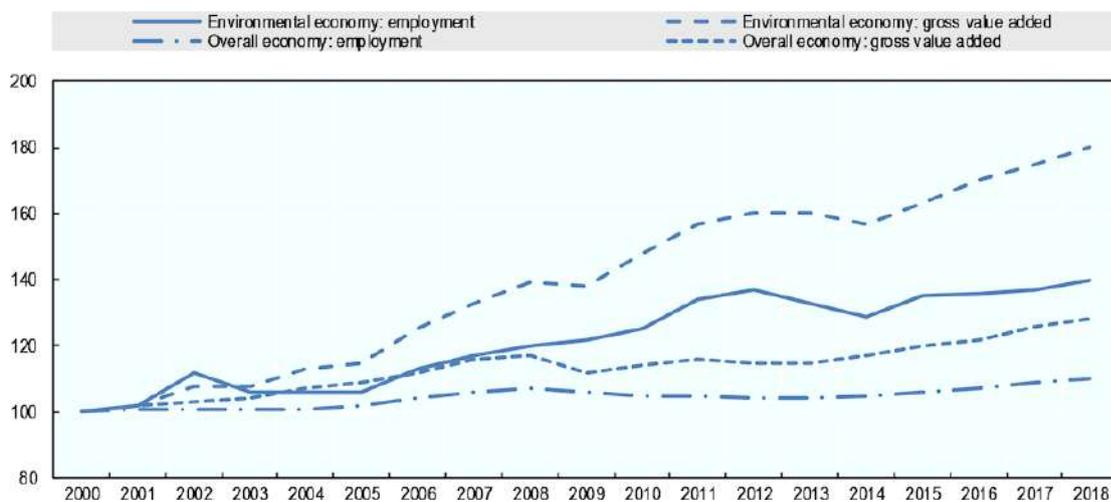
Pertanto, nei dei ranghi degli imprenditori verdi, vi sono profonde differenze nel significato che attribuiscono a questo obiettivo, come nelle definizioni o nella terminologia. Il concetto di "ecopreneur" si riferisce anche a una persona che cerca di trasformare un settore dell'economia verso la sostenibilità avviando un'attività in quel settore con una progettazione ecocompatibile, processi ecologici e un impegno permanente per la sostenibilità in tutto ciò che viene detto e fatto" (Isaak,

Project Partners



2002). Gli imprenditori verdi possono essere mappati in quattro grandi tipi su due dimensioni: quelli a scopo di lucro vs. missione sociale e startup vs. imprese consolidate. Ogni tipo di imprenditore verde ha diversi incentivi e risultati desiderati (Nikolaou, et al., 2018).

L'imprenditorialità verde è una forma moderna di attività economica che risponde alle esigenze di redditività e crescita delle imprese, tenendo conto al contempo della dimensione ambientale, considerandola un'opportunità e non un ostacolo. Sempre più aziende in tutto il mondo stanno cercando di contribuire alla protezione dell'ambiente e alla mitigazione dei cambiamenti climatici investendo nella ricerca e nello sviluppo di tecnologie e pratiche verdi.



Fonte: Eurostat 2022

L'industria sta iniziando ad assumere un ruolo più attivo nell'adempimento degli obblighi in materia di cambiamenti climatici, motivata da fattori quali:

- rispondere alla domanda dei consumatori e delle imprese,
- vantaggio competitivo pionieristico mediante lo sviluppo, l'evoluzione e la ricerca di nuove tecnologie e processi;
- nuovi mercati che si sviluppano attorno alle emissioni di gas a effetto serra,
- catene di approvvigionamento globali che rispondono ai mutevoli requisiti normativi e di acquisto,
- vendita di servizi e prodotti a basse emissioni di gas a effetto serra;
- e l'aumento dei costi economici associati al cambiamento climatico.

Project Partners



In tale contesto, un'attività imprenditoriale che opera e si sviluppa coniugando tutela dell'ambiente e salvaguardia della sua qualità ha assunto un'importanza preminente tra le parti sociali e gli operatori del moderno sistema economico. Caratterizza una forma di imprenditorialità che segue processi produttivi e operativi ecologicamente responsabili promuovendo al tempo stesso l'offerta di prodotti e/o servizi con caratteristiche che li rendono ecocompatibili.

Oltre agli sforzi del settore privato, le politiche governative sono essenziali per una transizione verde. Anderson e Wolff (1996) identificano il settore delle imprese, i consumi e la politica governativa come le principali forze del sistema economico e i fattori determinanti per la protezione dell'ambiente. Occorrono interventi governativi per ridurre i danni ambientali e garantire la salute pubblica, per lo sviluppo dei mercati e per tecnologie e servizi più ecologici. Anche quando queste politiche vengono attuate nel modo giusto, investire nello sviluppo di nuove tecnologie può essere costoso e rischioso per le imprese in fase iniziale. Come in altri settori, possono essere necessarie misure specifiche nell'ambito del pacchetto sulla politica dell'innovazione per affrontare le carenze del mercato che ostacolano lo sviluppo e la diffusione di nuove tecnologie verdi.

L'attività imprenditoriale, in quanto parte del sistema economico e della produzione di beni e servizi, svolge un ruolo attivo nella promozione dello sviluppo sostenibile. Considerato l'ampliamento del campo di applicazione della legislazione ambientale, in diverse disposizioni e regolamenti, nonché le pressioni dei gruppi di interesse dei consumatori su questioni di rilevanza ambientale, le singole imprese sono fortemente incentivate ad agire in modo più attivo e ad integrarsi nelle loro pratiche strategiche per l'ambiente.

L'imprenditorialità verde segue una pianificazione strategica che pone l'accento su un uso più efficiente delle risorse naturali, una corretta gestione degli scarti di produzione, un'ottimale soddisfazione del consumatore attraverso prodotti innovativi, e affrontando le sfide dello sviluppo attraverso un approccio olistico al ripristino dell'ambiente naturale.

Diversi fattori fondamentali influenzano l'imprenditorialità verde. La necessità che le società si adeguino all'ambiente è il principale fattore trainante dell'imprenditorialità verde. Con l'intensificarsi delle pressioni ambientali, le società cercano di adottare uno stile di vita più sostenibile. La domanda di prodotti e servizi verdi è in aumento e i mercati globali sono alla ricerca di imprese e tecnologie rispettose del clima. Ad esempio, l'accordo di Parigi ha generato opportunità di investimento stimate a 23 trilioni di dollari nei mercati emergenti tra il 2016 e il 2030 (IFC 2016).

Project Partners



Settore	Tipo di tecnologia
Accesso all'elettricità	Reti elettriche intelligenti Tecnologie non connesse alla rete come le turbine eoliche locali wind
Cambiamento climatico/ Riduzione delle Emissioni	Reti elettriche intelligenti Tecnologie energetiche rinnovabili: eolica, solare, geotermica, marina, biomassa, idroelettrica, ecc.. Veicoli elettrici e ibridi Cattura e stoccaggio del carbonio Infrastrutture resistenti al clima: muri marini, capacità di drenaggio, gestione delle risorse idriche, forestali e della biodiversità, ecc.
Agricoltura	Irrigazione meccanica e tecniche agricole Colture resistenti alla siccità e pratiche colturali
Efficienza energetica nell'edilizia	Reti elettriche intelligenti e contatori intelligenti Isolamento termico Illuminazione ad alta efficienza energetica Stufe a recupero di energia con generatori termoelettrici
Trasporti	Sistema di trasporto rapido degli autobus Veicoli e carburanti a basse emissioni: veicoli a biogas, ibridi ed elettrici plug-in

2.3. Benefici dell'imprenditoria verde

Considerando che il rispetto del quadro giuridico e regolamentare per l'ambiente è un punto di partenza per l'imprenditorialità verde, le singole fasi delle opportunità includono vantaggi diretti e indiretti per un'impresa. Grazie al risparmio di risorse, al miglioramento dell'efficienza energetica e alla riduzione degli sprechi, si ottengono benefici diretti per l'ambiente interno dell'azienda, come la riduzione dei costi e altri benefici economici diretti. Tutti i risparmi derivanti dall'ecologizzazione del business hanno un impatto positivo sul margine di profitto dell'organizzazione.

Project Partners



Mentre i benefici immediati derivano dalla riduzione dei costi operativi, quelli indiretti riguardano l'ambiente interno dell'impresa. In particolare attrarre e trattenere una forza lavoro di qualità e sviluppare una forte cultura organizzativa/spirito di squadra. I dipendenti preferiscono lavorare per un'azienda ecologicamente responsabile e, allo stesso modo, i candidati (a parità di tutti gli altri parametri) preferiranno lavorare per un'organizzazione che gestisca in modo coerente il proprio impatto sull'ambiente. È stato sottolineato che le aziende che applicano politiche verdi e pratiche sistematiche di responsabilità ambientale godono di una maggiore produttività del lavoro con tutti i vantaggi finanziari che ne derivano.

L'ecologizzazione dell'attività economica aumenta anche il valore complessivo. Gli impianti di produzione a basse emissioni di CO₂ o ad alta efficienza energetica contribuiscono ad una maggiore valutazione contabile complessiva del business rispetto a un business tradizionale. Inoltre, si riduce la probabilità di violazioni della normativa ambientale (con conseguenti ammende o altre sanzioni che possono essere comminate), il che crea ulteriori benefici indiretti per i risultati finanziari dell'impresa.

However, apart from the financial and organizational profits a green business is being benefited by the diversification in the market where the company operates and the exploitation of new and emerging markets. The most essential opportunity given by the greening of a business is the boost to branding, the name that we recognize as belonging and fitting to an organization or a product. This is particularly pronounced in tertiary sector enterprises where the costs of raw materials, waste, and water are usually a small part of the operating costs. Green businesses tend to enjoy greater market esteem, attract environmentally conscious customers, and win public and private tenders. Tuttavia, oltre agli utili finanziari e organizzativi, un'impresa verde beneficia della diversificazione del mercato in cui opera e dello sfruttamento di mercati nuovi ed emergenti. L'opportunità fondamentale data dalla ecologizzazione di una impresa è la spinta al marchio, il nome che riconosciamo come appartenente e adatto ad un'organizzazione o ad un prodotto. Ciò è particolarmente pronunciato nelle imprese del settore terziario, dove i costi delle materie prime, dei rifiuti e dell'acqua costituiscono generalmente una piccola parte dei costi operativi. Le imprese verdi tendono a godere di una maggiore stima del mercato, ad attirare clienti attenti all'ambiente e ad aggiudicarsi appalti pubblici e privati.

2.4. Potenziali rischi dell'imprenditorialità verde

Tuttavia, la transizione verso un'imprenditorialità verde e un'attività economica responsabile sotto il profilo ambientale comporta inevitabilmente rischi potenziali che possono portare al fallimento

Project Partners



dell'intera impresa. Il principale rischio interno è la dissociazione delle azioni ambientali dell'impresa dai suoi risultati finanziari. In ogni caso, la pianificazione e le pratiche concepite e attuate per l'ecologizzazione di un'attività imprenditoriale non devono superare la capacità di quest'ultima di essere economicamente efficiente, cioè redditizia. Una sopravvalutazione della redditività finanziaria dell'impresa, concentrandosi troppo sugli investimenti in attività e produzioni rispettose dell'ambiente, può portare a perdite o, peggio ancora, alla cessazione dell'attività. I tre principali rischi esterni riguardano:

1. indagine e valutazione non realistica dei mercati verdi emergenti
2. investimenti in tecnologie e pratiche verdi che non sono state "maturate" o collaudate nel tempo, e
3. criticare l'impresa quando cerca di proiettare un'immagine pubblica favorevole all'ambiente, molto lontana dalla realtà e dalle pratiche seguite dall'organizzazione (greenwash).

La maggior parte dei mercati verdi di beni e servizi si sta ancora formando e la quota di consumatori disposti ad acquistarli (anche se a prezzi più elevati) è ancora relativamente piccola. Per questi motivi, la qualità dei prodotti/servizi verdi dovrebbe essere simile o superiore a quella dei prodotti/servizi convenzionali. Inoltre, i metodi di progettazione ecologici dei prodotti richiedono un certo periodo di sviluppo, adattamento e collaudo affinché le tecnologie e le pratiche che verranno sviluppate maturino e entrino in produzione su larga scala. Investire in tecnologie verdi incompiute e in pratiche non pronte per la produzione di massa è un errore comune riscontrato nel settore dell'imprenditoria verde, un potenziale rischio che può portare al fallimento dell'intera impresa.

Infine, un rischio determinante che può danneggiare irreparabilmente l'imprenditorialità verde è l'eccessiva enfasi sul profilo pro-ambientale dell'organizzazione o sulle proprietà ecologiche del prodotto/servizio prodotto quando le relative dichiarazioni non sono accurate al 100%. E mentre gli effetti di tali pratiche possono essere temporanei per le grandi imprese, per una piccola impresa possono seriamente danneggiare la sua reputazione e la sua base di clienti

Project Partners



3. Competenze verdi

Il cambiamento climatico e il degrado ambientale mettono a repentaglio il nostro benessere e il tenore di vita in tutto il mondo oggi e in futuro. L'ultima relazione dell'IPCC, il Gruppo intergovernativo delle Nazioni Unite sui cambiamenti climatici, ha ribadito che le attività umane hanno innescato cambiamenti climatici senza precedenti. Ciò sta già avendo un impatto catastrofico a livello mondiale, con l'aumento della prevalenza di eventi meteorologici estremi e, di conseguenza, di catastrofi naturali. I recenti eventi meteorologici estremi ci hanno ricordato nel peggiore dei modi i tragici effetti della crisi climatica sulle comunità di tutto il mondo. Quest'anno si sono tenute diverse conferenze internazionali per discutere queste implicazioni tra i governi dei paesi. Tali discussioni si sono svolte in occasione dell'Assemblea generale delle Nazioni Unite e della Conferenza di Glasgow (COP26), dove le discussioni si sono concentrate sull'accelerazione della transizione verso un'economia più verde.

Tra le altre cose, la necessità globale di limitare il cambiamento climatico implica la necessità di risorse umane con le competenze necessarie per creare e sostenere nuove industrie, servizi e pratiche ambientali. Pertanto è importante, a questo punto, sottolineare che le competenze verdi sono vitali per questa trasformazione. Ma quali sono i lavori "verdi" più richiesti sul mercato?

Il termine generale "competenze" potrebbe essere definito come la combinazione di percezioni, conoscenze, abilità ed esperienze necessarie per svolgere un determinato compito o lavoro. Una delle tassonomie più diffuse e ampiamente utilizzate nel campo dell'apprendimento, che si avvicina ai concetti di cui sopra (conoscenza, abilità, attitudini), è la tipologia degli obiettivi educativi proposta da Bloom e colleghi (1956), nota anche con l'acronimo KSA (conoscenza, abilità, attitudini).

3.1. Categorie di competenze verdi

Secondo il CEDEFOP (2014), le competenze verdi possono essere suddivise in tre categorie:

- Le competenze verdi generali aiutano a sviluppare la consapevolezza o ad attuare azioni efficienti sotto il profilo delle risorse.
- Sono necessarie competenze ecologiche specifiche per attuare norme e procedure volte a proteggere gli ecosistemi e la biodiversità e a ridurre il consumo di energia, materiali e acqua.
- Per lo sviluppo e l'attuazione di tecnologie verdi come le energie rinnovabili, il trattamento delle acque reflue o il riciclaggio sono necessarie competenze altamente specializzate.

Project Partners



I posti di lavoro verdi sono già molto richiesti. Si prevede che nel prossimo decennio verranno creati milioni di nuovi posti di lavoro grazie alle nuove politiche e agli impegni in materia di clima. L'Organizzazione Internazionale del Lavoro (ILO) prevede che entro il 2030 saranno creati 24 milioni di nuovi posti di lavoro nella green economy.

Secondo l'OCSE (2005), lo sviluppo sostenibile dipende in larga misura dalle competenze della popolazione – dove con il termine "competenze" ci riferiamo non solo alla conoscenza, ma anche agli atteggiamenti e ai valori nei quali i cittadini vengono "educati" attraverso l'istruzione generale obbligatoria che ciascuno Stato fornisce ai propri cittadini.

3.2. Transizione verso competenze verdi

Vi è un crescente consenso sul fatto che, per disporre delle competenze chiave necessarie per la transizione verso un'economia a basse emissioni di carbonio, occorre prestare molta attenzione al miglioramento delle competenze esistenti piuttosto che allo sviluppo di nuovi programmi e alla formazione per fornirne di nuovi.

Dal 2017 la domanda di competenze verdi è aumentata in modo drammatico. Questo perché sia le aziende che i governi stanno compiendo grandi sforzi per raggiungere i loro obiettivi di sostenibilità. Sembra che la domanda di posti di lavoro nel settore petrolifero e del gas sia diminuita, mentre la domanda di posti di lavoro ambientali è aumentata.

Il settore automobilistico è anche un settore altamente prioritario in Germania, Francia e Regno Unito, a causa dei vantaggi occupazionali e industriali derivanti dalla ristrutturazione e dagli investimenti in nuovi veicoli. Inoltre, grandi investimenti continuano ad essere effettuati in infrastrutture, prodotti e servizi ambientali, attraverso programmi di investimento governativi, utilities e fornitori.

Le competenze verdi sono le conoscenze, le capacità, i valori e le attitudini necessari per vivere, sviluppare e sostenere un'economia e quindi una società sostenibili ed efficienti sotto il profilo delle risorse. Sono quelle competenze che aiutano a prevenire, monitorare o combattere l'inquinamento ambientale. Inoltre, si ritiene che le competenze verdi contribuiscano a migliorare la gestione e la conservazione delle risorse naturali, che le imprese utilizzano per produrre beni e fornire servizi

Un altro punto molto interessante è il fatto che, con l'aumento della domanda di posti di lavoro verdi, i datori di lavoro sembrano essere alla ricerca di competenze verdi piuttosto che di una laurea. Ciò è dovuto al fatto che attualmente esiste una domanda elevata e una scarsa offerta. Non sono rari i casi

Project Partners



in cui gli investitori finanziari assumono scienziati specializzati in materia di clima, senza che essi abbiano ricevuto alcuna formazione sulle questioni finanziarie. E questo perché ritengono di poter valutare meglio i benefici climatici di un investimento imminente. I candidati con competenze "verdi" "green talent" riescono a distinguersi passando attraverso diversi standard di valutazione. Un talento "verde" è qualcuno che ha almeno un'abilità sul proprio curriculum che potrebbe essere utile in un progetto ambientale, o qualcuno che lavora in un lavoro verde.

3.3. Nuove professioni verdi o le professioni esistenti diventano più "verdi"?

Spesso è difficile distinguere tra nuove professioni che si sviluppano con un'attenzione all'ambiente e professioni esistenti che diventano più ecologiche, e ciò richiede un notevole livello di giudizio. Nella maggior parte dei paesi dell'UE sono già stati istituiti sistemi per determinare il fabbisogno di competenze basate sull'ambiente e rispondervi.

Le indagini nazionali incontrano un problema generale nel cercare di distinguere le nuove professioni dalle evoluzioni e dai cambiamenti di quelle esistenti. È improbabile che le politiche ambientali e i relativi programmi portino a carriere completamente nuove in funzione delle nuove responsabilità emergenti. Pertanto, il grado di sviluppo e di modifica del profilo delle competenze esistenti è discutibile, sia che ciò porti a una nuova professione sia che ne modifichi una esistente.

I datori di lavoro cominciano ad esigere che i dipendenti sappiano svolgere il proprio lavoro in modo sostenibile. Negli ultimi anni si è registrato un forte aumento della domanda di competenze verdi, che ha raggiunto tassi a due o tre cifre. I leader di tutte le imprese hanno fissato obiettivi commerciali molto ambiziosi per la riduzione delle emissioni di anidride carbonica. I settori in cui tale richiesta è percepita sono la gestione degli ecosistemi, la politica ambientale e la sostenibilità. I datori di lavoro stanno cominciando a richiedere dipendenti che sappiano fare il loro lavoro in modo sostenibile.

Nella maggior parte dei casi, i migliori candidati sono quelli con competenze altamente specializzate, che hanno già carriere verdi (ambientalisti, responsabili della sostenibilità, biologi, agricoltori). Lo sviluppo di talenti "verdi" sta crescendo rapidamente nelle industrie minerarie ed energetiche. Tuttavia, si osserva un cambiamento significativo delle tendenze. Vi è una crescente domanda di competenze verdi in settori tradizionalmente non verdi. I posti di lavoro verdi si sono diffusi in un'ampia gamma di settori. I posti di lavoro verdi si sono diffusi in un'ampia gamma di settori. Dalle più ovvie come l'industria delle energie rinnovabili, a quelle meno attese come la finanza, la tecnologia della moda e i

Project Partners





trasporti. Tuttavia, la percentuale complessiva di posti di lavoro verdi è molto più elevata nei settori della sanità, dell'agricoltura, dei trasporti e dell'edilizia.

Esempio di Green Economy & Settore delle costruzioni

Si stima che l'industria edile consumi circa il 40-50% delle materie prime naturali utilizzate dall'uomo (circa 3 miliardi di tonnellate di materiali all'anno), più di qualsiasi altro settore industriale. Allo stesso tempo, è responsabile del 30-50% dei rifiuti totali dei paesi industrializzati. Allo stesso tempo, il settore dell'edilizia nell'UE consuma in media circa il 40% dell'energia, contribuendo in misura corrispondente alle emissioni di CO₂.

Affrontare il cambiamento climatico è una priorità e l'azione per il clima offre già opportunità per il presente e per il futuro. La necessità di passare a metodi di produzione e di consumo sostenibili e rispettosi dell'ambiente è diventata una necessità sia per i paesi sviluppati che per quelli in via di sviluppo. La transizione verso un'economia verde, un'economia efficiente sotto il profilo delle risorse, richiede cambiamenti che si tradurranno in nuovi modelli di business, prodotti/servizi e cambiamenti nei processi produttivi. L'ecologizzazione modificherà sicuramente le competenze richieste, l'aggiornamento e la riqualificazione, nonché i compiti connessi a molte delle professioni e dei settori esistenti.

L'Europa è sempre stata all'avanguardia in questo campo, realizzando le ambizioni della transizione. La rapida transizione verso un'Europa a impatto climatico zero e la trasformazione digitale stanno cambiando la nostra vita quotidiana e il modo in cui lavoriamo, impariamo e interagiamo.

L'Europa può realizzare queste prospettive solo se le persone sviluppano le giuste competenze. Le sfide principali richiedono un'attenzione particolare. L'emancipazione delle donne, l'apertura del mercato del lavoro alle persone con disabilità, l'equilibrio tra vita professionale e vita privata e il cambiamento demografico.

Tutti i paesi dell'UE si concentrano sulle stesse aree di "potenziale verde" - efficienza energetica degli edifici, energie rinnovabili, edilizia e trasporti - che riflettono l'enfasi predominante sul cambiamento climatico. Ciò riflette l'importanza attribuita alla riduzione dei gas a effetto serra, nonché il potenziale di accrescere la sicurezza energetica nazionale e di promuovere l'occupazione.

Molti europei dovranno essere riqualificati per acquisire nuove competenze o migliorare le competenze esistenti per adeguarsi ai mutamenti del mercato del lavoro. Per sostenere una ripresa resiliente ed

Project Partners



equa, la Commissione europea ha varato il Patto per le competenze e ha invitato i cittadini e le imprese ad agire, sviluppare nuove e migliori competenze e metterle in pratica. I mezzi per migliorare le competenze verdi della forza lavoro sono l'istruzione e la formazione.

3.4. Competenze Verdi per una tecnologia pulita

Vi è un crescente sostegno a prodotti e servizi che migliorano le prestazioni operative e l'efficienza riducendo al contempo gli input, gli sprechi e il consumo energetico (tecnologia pulita). Ciò ha portato a nuove professioni, come i gestori e gli operatori dei sistemi di energia rinnovabile, e ad attività professionali ibride o intersettoriali, come gli audit energetici e i servizi di efficienza energetica.

Queste professioni non sono del tutto nuove e sono spesso un mix di competenze provenienti da professioni affini. Uno studio (in Danimarca) di Brøndum & Fliess (2009) ha esaminato le nuove professioni emerse grazie alle nuove opportunità di mercato offerte da soluzioni ecocompatibili e ha rilevato che 12 aree di competenza caratterizzano le professioni delle tecnologie pulite:

1. comprensione del mercato e del comportamento degli utenti (specificazione delle soluzioni)
2. impatto della globalizzazione – vantaggio competitivo, modelli di business, partnership
3. innovazione (processo, prodotto, modelli di business)
4. tecnologie dell'informazione e della comunicazione
5. ICT - conoscenza della tecnologia di produzione
6. installazione e manutenzione
7. conoscenza della tecnologia dei materiali, come i materiali alternativi, il riutilizzo dei materiali
8. ambiente, clima, sostenibilità
9. capacità di comunicazione – compresa la conoscenza dell'inglese e il lavoro di
10. processo e pianificazione
11. automazione
12. prove e documentazione

Complessivamente, la letteratura mostra un divario nelle competenze ecologiche pratiche rispetto alle competenze ecologiche più generali, motivo per cui i dipendenti pianificano spesso corsi di istruzione e formazione per attività ecologiche più pratiche.

Project Partners





Le organizzazioni pubbliche e il settore privato, le autorità nazionali, regionali e locali, gli erogatori di istruzione e formazione, le imprese e i lavoratori hanno un ruolo fondamentale da svolgere. Dovrebbero unire le forze per migliorare e riqualificare i cittadini europei. L'obiettivo è migliorare la pertinenza delle competenze nell'UE, rafforzare la competitività sostenibile e garantire l'equità sociale. Il patto per le competenze prevede la condivisione delle conoscenze, la creazione di reti, l'orientamento e le informazioni sui pertinenti finanziamenti dell'UE.

La creazione di partenariati e la creazione di impegni concreti per l'aggiornamento e la riqualificazione professionale in tutta Europa costituiscono una priorità. Le imprese europee riferiscono che la mancanza di competenze ostacola i loro investimenti. Tutti i partner potenziali, siano essi pubblici o privati, nazionali o regionali, dovrebbero aderire all'iniziativa di riqualificazione professionale. Diversi settori stanno subendo cambiamenti senza precedenti a causa della ridefinizione di molte professioni e processi e dell'indebolimento di alcune competenze. In questi tempi difficili, il patto per le competenze contribuisce a collegare efficacemente le parti interessate e apre la strada a un nuovo modello di sviluppo delle competenze.

3.5. La necessità di una strategia per le competenze verdi all'interno di un'impresa

Malgrado l'inclusione nelle strategie e nei programmi ambientali di alcune competenze individuali e il progressivo sviluppo di diversi programmi ambientali nel contesto della formazione professionale e dell'istruzione superiore, mancano strategie nazionali chiare volte a soddisfare le esigenze di competenze di un'economia verde. In tutti gli Stati membri esistono documenti strategici pubblici che individuano la necessità di una maggiore formazione, ma non sembra esistere una strategia globale per la formazione delle competenze che identifichi le esigenze di competenze delle professioni interessate.

Nel corso del tempo, alle strutture educative esistenti o future verrà chiesto di integrare nei loro programmi di studio corsi che forniscano le risorse necessarie per un "green collar worker". In futuro, tutti i posti di lavoro saranno verdi. La comprensione dell'impatto ambientale di una professione deve essere integrata nei sistemi di istruzione e di formazione professionale. Si dovrebbe porre maggiormente l'accento sulla formazione degli insegnanti. Non ci sono abbastanza insegnanti con conoscenze di questioni ambientali e competenze per insegnare le nuove tecniche. Le carenze sono particolarmente gravi nei settori dell'agricoltura e dell'edilizia.

Project Partners



Per garantire il successo dell'impegno, le parti interessate devono comprendere lo scopo e gli obiettivi dell'iniziativa. L'importanza di assicurare un forte legame tra le strategie e gli attori sul campo, convincendo e coinvolgendo tutte le parti interessate. Un quadro generale di competenze che il mercato delle imprese verdi richiede oggi ai suoi lavoratori può essere definito come segue:

- Progettazione ecologica e consulenza ambientale di esperti
- Certificazione delle norme ambientali
- Valutazione dell'impatto ambientale di un progetto
- Conoscenza dei materiali ecocompatibili e valutazione del ciclo di vita del prodotto
- Conoscenza del sistema europeo di scambio delle emissioni di CO2
- Calcolo dell'efficienza energetica degli edifici
- Competenza e capacità di applicare metodi meccanici, chimici e biologici di bonifica ambientale.
- Miglioramento delle competenze nelle professioni manuali come l'agricoltura, la silvicoltura e la pesca.

La crescita verde mira a stabilire percorsi per lo sviluppo sostenibile combinando innovazione e impegno del settore privato in un contesto politico nazionale e internazionale favorevole. Essa mira ad affrontare contemporaneamente tre sfide: promuovere lo sviluppo e la riduzione della povertà, creare economie nuove e più dinamiche basate su tecnologie pulite e garantire un mondo sempre più verde. La previsione del fabbisogno di competenze verdi tende ad essere effettuata ad hoc, principalmente da enti regionali e dall'industria, di solito su scala ridotta e in relazione a una professione specifica. Laddove lo sviluppo delle competenze avviene all'interno del sistema di istruzione formale, esso si concentra sull'avanzamento di nuovi programmi di istruzione superiore e di formazione professionale. Nei casi in cui i sistemi educativi non sono in grado di fornire la formazione necessaria, si è osservato un mix di misure pianificate e ad hoc, con la partecipazione di enti locali, rappresentanti del settore e imprese.

La necessità di migliorare gli attuali sistemi di istruzione e formazione per soddisfare le esigenze di competenze rispettose dell'ambiente è ampiamente documentata. Si tende a privilegiare l'istruzione e la formazione professionale iniziale piuttosto che l'istruzione continua degli adulti o l'istruzione superiore. Gli studi di casi riportati nelle relazioni nazionali forniscono una solida prova dei progressi compiuti nel conseguimento di tali miglioramenti e questi potrebbero servire da buoni esempi.

Project Partners



4. Insegnare l'imprenditorialità verde

Le questioni ambientali, il cambiamento climatico e lo sviluppo sostenibile sono alcune delle preoccupazioni più pressanti del nostro tempo. L'educazione all'imprenditorialità verde non dovrebbe essere impartita con la visione tradizionale del processo, ma con un approccio basato sulla pratica, utilizzando una selezione di pratiche, che comprende il gioco, l'empatia, la creazione e la sperimentazione. Per insegnare efficacemente agli studenti i principi dell'imprenditorialità verde occorre un approccio ponderato che combini metodi didattici innovativi e risorse adeguate. Come educatori, è essenziale riconoscere le sfide e le opportunità uniche associate all'integrazione della sostenibilità nell'educazione all'imprenditorialità. Questa sezione fornisce approfondimenti su metodi e risorse didattiche efficaci che possono favorire una comprensione globale dell'imprenditorialità verde tra gli studenti.

Metodi didattici innovativi:

- **Project-Based Learning:** Coinvolgere gli studenti in esperienze pratiche di apprendimento basate su progetti che consentano loro di sviluppare e implementare idee imprenditoriali sostenibili. Assegnare compiti che li spingano a pensare in modo critico agli impatti ambientali e sociali delle loro iniziative imprenditoriali.
- **Relatori ospiti e visite sul campo:** Invitare imprenditori verdi di successo ed esperti di sostenibilità a condividere le loro esperienze con gli studenti. Organizzare visite sul campo ad aziende sostenibili, strutture eco-compatibili o organizzazioni ambientali per fornire approfondimenti reali.

Risorse interattive:

- **Casi di studio:** utilizzare casi di studio che evidenziano le iniziative imprenditoriali verdi di successo. Questi esempi reali possono offrire lezioni pratiche su come superare le sfide, misurare l'impatto ambientale e creare un modello di business sostenibile.
- **Piattaforme online:** sfruttare le piattaforme online che forniscono risorse sull'imprenditorialità verde, sulle pratiche di sostenibilità e sui modelli di business eco-compatibili. Incorporare simulazioni interattive o giochi che consentano agli studenti di esplorare le conseguenze delle loro decisioni aziendali sull'ambiente.

Project Partners



Integrazione della sostenibilità:

- Integrazione dei curricula: infondere i principi di sostenibilità nei curricula di imprenditorialità esistenti. Sottolineare l'importanza del triplice approccio, in cui gli studenti considerano non solo il profitto, ma anche le implicazioni ambientali e sociali delle loro decisioni imprenditoriali.
- Collegamenti interdisciplinari: Collaborare con altre aree tematiche per creare un'esperienza di apprendimento interdisciplinare. Esplorare le connessioni tra scienza, economia ed etica per sottolineare la natura interconnessa dell'imprenditorialità verde.

Applicazioni pratiche:

- Incubatori di imprenditorialità: creare incubatori di imprenditorialità all'interno dell'ambiente scolastico, in cui gli studenti possano riflettere, sviluppare e lanciare le proprie idee imprenditoriali verdi. Fornire tutoraggio e risorse per aiutarli ad affrontare le sfide dell'imprenditorialità sostenibile.
- Progetti di coinvolgimento della comunità: incoraggiare gli studenti ad avviare progetti che affrontino questioni ambientali locali. Questa esperienza pratica permette loro di applicare le conoscenze teoriche ai problemi del mondo reale, favorendo un senso di responsabilità sociale.

Strategie di valutazione:

- Valutazione dei progetti: Valutare gli studenti in base all'impatto ambientale e sociale dei loro progetti imprenditoriali. Considerare la sostenibilità dei loro modelli di business, l'efficacia delle loro soluzioni e la loro capacità di comunicare i benefici più ampi alla comunità.
- Riflessione e resoconto: Integrare pratiche riflessive nelle valutazioni, spingendo gli studenti a valutare criticamente gli aspetti di sostenibilità delle loro iniziative. Chiedere loro di preparare relazioni che delineino le considerazioni ecologiche e sociali incorporate nei loro piani azienda.

In conclusione, insegnare l'imprenditorialità verde richiede una combinazione dinamica di metodi didattici innovativi, risorse curate e una completa integrazione dei principi di sostenibilità. Fornendo agli studenti una ricca esperienza di apprendimento che coniuga teoria e applicazioni pratiche, gli educatori possono consentire alla prossima generazione di diventare imprenditori ecologicamente consapevoli e socialmente responsabili

Project Partners



5. Modelli imprenditoriali verdi

5.1. Esplorare le opportunità imprenditoriali verdi

Intraprendere un percorso di esplorazione delle opportunità di business verdi può essere un'esperienza trasformativa e di impatto per gli studenti, dotandoli delle conoscenze e della mentalità necessarie per contribuire a un futuro sostenibile. I seguenti suggerimenti possono essere una guida per gli studenti per esplorare le opportunità di business verdi sia ora che nella loro vita adulta successiva:

Consapevolezza ambientale:

Iniziare oggi: Iniziare costruendo una solida base di consapevolezza ambientale. Rimanere informato sulle attuali questioni ambientali, sui cambiamenti climatici e sulle tendenze emergenti in materia di sostenibilità. Seguire fonti di notizie affidabili, documentari e organizzazioni ambientaliste per comprendere le sfide che il nostro pianeta deve affrontare.

Impegno extracurricolare:

Aderire a circoli ambientalisti: Partecipare o avviare circoli ambientali all'interno della scuola o comunità di appartenenza. Queste piattaforme offrono l'opportunità di interagire con persone che la pensano allo stesso modo, condividere idee e collaborare su progetti ecologici.

Ricerca e innovazione:

Esplorare le tecnologie verdi: Farsi coinvolgere dalla ricerca sulle tecnologie verdi e sulle innovazioni. Essere sempre curiosi rispetto ai progressi nelle energie rinnovabili, nell'agricoltura sostenibile, nella riduzione dei rifiuti e nei materiali eco-compatibili. Capire gli ultimi sviluppi aprirà gli occhi a potenziali opportunità di business.

Networking:

Connettersi con gli imprenditori verdi: Partecipare a workshop, seminari o eventi di networking incentrati sulla sostenibilità e l'imprenditorialità verde. Connettersi con gli imprenditori del settore, imparare dalle loro esperienze e cercare un mentoring per guidare il percorso degli studenti.

Project Partners



Stage e volontariato:

Scegliere opportunità incentrate sulla sostenibilità: Cercare stage o opportunità di volontariato con organizzazioni che danno priorità alla sostenibilità. Questa esperienza pratica fornirà informazioni sulle attività quotidiane delle imprese che si impegnano a rispettare la responsabilità ambientale.

Mentalità imprenditoriale:

Pensare oltre il profitto: Coltivare una mentalità imprenditoriale che va oltre il profitto. Considerate la triplice linea di fondo: persone, pianeta e profitto. Esplorare idee imprenditoriali che contribuiscono positivamente all'ambiente e alla società garantendo al contempo la sostenibilità finanziaria.

Approccio alla soluzione dei problemi (Problem-Solving):

Identificare le sfide locali: Riconoscere le sfide ambientali specifiche della comunità locale in cui si vive. Che si tratti della gestione dei rifiuti, dell'efficienza energetica o della conservazione della biodiversità, l'identificazione delle problematiche locali può portare a soluzioni di business verdi di impatto e guidate dalla comunità.

Collaborazione e partneriati:

Costruire un Network: Favorire la collaborazione con colleghi, professori e professionisti che condividono un interesse per la sostenibilità. Gli sforzi di collaborazione possono portare allo sviluppo di modelli imprenditoriali innovativi in grado di affrontare sfide ambientali complesse.

Evolversi come esperto di tecnologia:

Esplorare le tecnologie verdi: Acquisire familiarità con le tecnologie verdi e come possono essere integrate nei modelli di business. Tecnologie come le soluzioni per le energie rinnovabili, le app per l'agricoltura sostenibile e le innovazioni di prodotto ecocompatibili offrono interessanti opportunità.

Apprendimento Continuo:

Rimanere informato: panorama del business verde è in continua evoluzione. Bisogna rimanere informati sulle tendenze del mercato, sui cambiamenti delle politiche e sulle tecnologie emergenti. L'apprendimento continuo consentirà di adattarsi e innovare nel mondo in continua evoluzione dell'imprenditorialità sostenibile.

Corsi e programmi imprenditoriali:

Project Partners



Iscriversi a corsi pertinenti: Approfittare di corsi e programmi che si concentrano in modo specifico sulle pratiche commerciali sostenibili. Molte piattaforme e istituti online offrono certificazioni o diplomi in imprenditorialità verde.

Seguendo questi passaggi, gli studenti possono gettare le basi per esplorare le opportunità di business verdi durante il loro percorso accademico e oltre. Sia che si tratti di avviare progetti a scuola, seguire società di grande importanza sostenibili o impegnarsi in attività extracurricolari rispettose dell'ambiente, gli studenti possono contribuire attivamente a costruire un futuro più verde e sostenibile.

5.2. Casi di studio di imprenditori verdi di successo

Elon Musk - Tesla, Inc.: Elon Musk è un importante imprenditore noto per il suo impegno nel trasporto sostenibile. Tesla, Inc., fondata da Musk, è diventata leader mondiale nei veicoli elettrici (EV) e nelle soluzioni di energia rinnovabile. Le auto elettriche, i prodotti solari e le soluzioni di accumulo di energia di Tesla mirano a ridurre la dipendenza dai combustibili fossili. La visione di Musk va oltre il profitto, concentrandosi sulla creazione di un futuro sostenibile per i trasporti e l'energia.

Wang Shi - Vanke: Wang Shi, fondatore di China Vanke Co., è un pioniere nell'edilizia verde e nello sviluppo urbano sostenibile. Vanke è uno dei più grandi costruttori immobiliari della Cina. Vanke dà priorità all'architettura eco-compatibile, agli edifici ad alta efficienza energetica e alla pianificazione urbana verde. La leadership di Wang Shi sottolinea l'integrazione della sostenibilità nel cuore dello sviluppo immobiliare.

Denise Coates - Tesla Solar Roof: Denise Coates, CEO di Tesla Solar Roof, ha svolto un ruolo chiave nel rivoluzionare il settore dell'energia solare. Tesla Solar Roof offre soluzioni solari esteticamente gradevoli per edifici residenziali e commerciali. Coates ha guidato lo sviluppo di tegole solari che si fondono perfettamente con i materiali di copertura tradizionali. Questa innovazione rende l'energia rinnovabile più accessibile e visivamente accattivante, incoraggiandone l'adozione su vasta scala.

Dale Vince - Ecotricity: Dale Vince, fondatore di Ecotricity, è un imprenditore verde impegnato nelle energie rinnovabili. Ecotricity è una società di energia verde che fornisce elettricità pulita ai clienti nel Regno Unito. L'azienda di Vince si concentra sulla produzione di energia eolica e solare. L'eco-elettricità ha svolto un ruolo importante nella promozione dell'uso di fonti energetiche pulite e nella riduzione della dipendenza da alternative non rinnovabili.

Project Partners





Tom Szaky - TerraCycle: Tom Szaky, fondatore di TerraCycle, è un imprenditore visionario che si concentra sulla riduzione dei rifiuti e sul riciclaggio. TerraCycle è nota per il suo approccio innovativo al riutilizzo di materiali difficili da riciclare. L'azienda Szaky si impegna nell'upcycling, creando nuovi prodotti da materiali tradizionalmente considerati rifiuti. Il successo di TerraCycle evidenzia il potenziale di un'economia circolare nel ridurre al minimo l'impatto ambientale.

Safia Minney - People Tree: Safia Minney, fondatrice di People Tree, è una pioniera della moda sostenibile. People Tree è un marchio di moda equo e sostenibile che sottolinea le pratiche etiche nel settore della moda. L'impegno del Minney ai principi del commercio equo e solidale ha influenzato l'industria della moda promuovendo la trasparenza, l'approvvigionamento etico e autorizzando gli artigiani. People Tree dimostra che le pratiche sostenibili possono prosperare nel mercato competitivo della moda.

Questi studi di casi illustrano i diversi approcci degli imprenditori verdi di successo. Dai veicoli elettrici alla moda sostenibile e alle energie rinnovabili, questi imprenditori hanno dimostrato che le imprese rispettose dell'ambiente possono portare sia alla redditività che all'impatto positivo sulla società.

Project Partners



6. Attività pratiche per l'imprenditorialità verde

6.1. Esercizi pratici e progetti per gli studenti

Le seguenti istruzioni dettagliate forniscono una guida passo per passo per ogni esercizio, assicurando che gli studenti si impegnino attivamente con concetti di imprenditorialità verde sviluppando competenze e conoscenze pratiche.

Sviluppo di un piano aziendale verde:

Coinvolgere gli studenti in un'esperienza di apprendimento coinvolgente facendo sviluppare loro dei business plan verdi. Iniziare con una discussione in classe sulle aziende verdi di successo, sottolineando i principi della sostenibilità, dell'approvvigionamento etico e dell'impatto sulla comunità. Formare piccoli gruppi e assegnare a ciascun gruppo il compito di ricercare e ideare un prodotto o un servizio ecologico unico. Gli studenti dovrebbero integrare le proiezioni finanziarie, assicurando un equilibrio tra redditività e sostenibilità. Incoraggiarli a considerare le potenziali sfide e opportunità nel mercato ecologico. Il compito finale prevede una presentazione in cui i gruppi presentano i loro piani aziendali ecologici, sottolineando i vantaggi ambientali e il potenziale impatto sulla comunità.

Seminario sull'eco-innovazione:

Promuovere la creatività e le capacità di problem solving degli studenti attraverso un seminario sull'eco-innovazione. Iniziare introducendo varie sfide ambientali e guida gli studenti a scegliere un tema specifico su cui concentrarsi. Condurre sessioni di brainstorming per generare soluzioni creative, sottolineando l'innovazione e il pensiero fuori dagli schemi. Gli studenti passano quindi alla fase di prototipazione, creando prototipi fisici o digitali dei loro prodotti o servizi eco-compatibili. Il culmine è una presentazione in cui ogni studente o gruppo spiega i benefici ecologici e il potenziale impatto della loro soluzione innovativa.

Verifica della sostenibilità:

Fornire agli studenti un'esperienza pratica nell'applicazione dei principi di sostenibilità a un contesto imprenditoriale locale con una verifica della sostenibilità. Iniziare aiutando gli studenti a selezionare un'impresa locale disposta a partecipare all'audit. Gli studenti conducono un'analisi completa, esaminando i consumi energetici dell'azienda, le pratiche di gestione dei rifiuti e la sostenibilità della supply chain. Sulla base dei loro risultati, gli studenti propongono raccomandazioni praticabili agli

Project Partners





imprenditori per migliorare le loro pratiche ambientali. Il compito finale prevede una presentazione in cui gli studenti comunicano i risultati dell'audit di sostenibilità e le raccomandazioni agli imprenditori, favorendo la collaborazione.

Campagna di marketing verde:

Sviluppare la comprensione degli studenti dei principi del marketing verde attraverso una campagna di marketing verde. Iniziare con una discussione in classe sulle campagne di marketing verde di successo, sottolineando il loro impatto sul comportamento dei consumatori e sulla messaggistica ambientale. Formare piccoli gruppi e assegnare a ciascun gruppo il compito di sviluppare una strategia di marketing completa che evidenzia la sostenibilità, l'approvvigionamento etico e i benefici ambientali. Gli studenti creano quindi contenuti coinvolgenti, tra cui immagini, messaggistica e post sui social media, in linea con i valori verdi. La campagna viene eseguita, con gli studenti che diffondono i loro contenuti attraverso diversi canali, come social media, poster o eventi. La valutazione finale consiste nel valutare l'efficacia della loro campagna analizzando la risposta dei consumatori e il potenziale impatto ambientale.

La sfida del riciclo:

Incoraggiare la creatività e l'intraprendenza negli studenti con una sfida Upcycling (riciclo). Inizia fornendo una vasta gamma di materiali riciclabili, sfidando gli studenti a pensare oltre gli oggetti tradizionali. Nella fase di progettazione, gli studenti abbozzano idee per progetti di upcycling, considerando i materiali a disposizione. Passare alla fase di creazione, dove gli studenti costruiscono prototipi o prodotti riciclati completamente funzionali, con particolare attenzione al riutilizzo e alla trasformazione creativa degli oggetti scartati. Il compito finale prevede una presentazione in cui gli studenti presentano le loro creazioni riciclate alla scuola o alla comunità locale, spiegando il significato ambientale di ciascun progetto. Prendere in considerazione l'idea di organizzare una mostra o di creare un'esposizione dedicata all'interno della scuola per mostrare i prodotti riciclati e sensibilizzare alla riduzione dei rifiuti.

Sfide dell'eco-innovazione:

Proporre agli studenti di sviluppare soluzioni innovative alle pressanti questioni ambientali con un Eco-Innovation Challenge. Identificare problemi specifici relativi alla sostenibilità, come la riduzione dei rifiuti di plastica, la conservazione dell'acqua o la promozione delle energie rinnovabili. In piccoli gruppi,

Project Partners



gli studenti fanno brainstorming, progettano e prototipano le loro innovazioni eco-compatibili. Sottolineare l'importanza di considerare il ciclo di vita del prodotto, dall'approvvigionamento delle materie prime allo smaltimento. Gli studenti presentano i loro prototipi, descrivendo nel dettaglio i benefici ambientali e le potenziali sfide. Questo esercizio alimenta la creatività, le capacità di problem solving e la comprensione del ruolo dell'innovazione nelle pratiche commerciali sostenibili.

Pitch (presentazione breve) del prodotto sostenibile:

Dare agli studenti il ruolo di imprenditori eco-consapevoli assegnando loro un progetto Sustainable Product Pitch. Ogni studente o gruppo seleziona un prodotto e lo ridisegna per renderlo più rispettoso dell'ambiente. Ciò potrebbe comportare l'utilizzo di materiali riciclati, la riduzione del consumo energetico o l'introduzione di imballaggi sostenibili. Gli studenti creano un testo completo che include i benefici ambientali, la domanda del mercato e le potenziali sfide. Per migliorare l'esperienza, organizza un "Sustainable Shark Tank" in cui gli studenti presentano i loro pitch a una giuria di insegnanti, imprenditori locali o esperti ambientali che forniscono feedback e valutano la fattibilità di ciascun prodotto. Questo esercizio unisce creatività, imprenditorialità e un focus sulle pratiche commerciali sostenibili.

Progetti di comunità con iniziative verdi:

Incoraggiare gli studenti ad avere un impatto tangibile sulla loro comunità locale con un progetto comunitario di iniziativa verde. Iniziare identificando un problema ambientale all'interno della scuola o del quartiere, come la gestione dei rifiuti o gli spazi verdi. Gli studenti lavorano in collaborazione per sviluppare e implementare un progetto che affronti la questione individuata. Ciò potrebbe comportare l'organizzazione di una pulizia della comunità, l'istituzione di un programma di riciclaggio, o la creazione di uno spazio verde. Durante tutto il progetto, gli studenti documentano i loro progressi, le sfide affrontate e l'impatto complessivo sulla comunità. La valutazione finale include una presentazione che riassume i risultati del progetto, le lezioni apprese e i futuri obiettivi di sostenibilità per la comunità.

Serie di interviste alle imprese verdi:

Favorire i collegamenti tra studenti e imprenditori verdi di successo attraverso una serie di interviste alle imprese verdi. Assegnare agli studenti la ricerca e l'identificazione di imprenditori verdi locali o globali che hanno dato un contributo significativo alla sostenibilità. Invitate questi imprenditori a partecipare a una serie di interviste in cui gli studenti possono informarsi sul loro percorso, sulle sfide

Project Partners



affrontate e sull'impatto delle loro imprese sull'ambiente e sulla società. Questo esercizio non solo fornisce informazioni preziose, ma permette anche agli studenti di connettersi con i professionisti del mondo reale. Gli studenti possono documentare le interviste attraverso articoli, podcast o presentazioni video, creando una risorsa che ispiri i loro coetanei a considerare carriere nell'imprenditoria verde.

6.2. Visite sul campo o visite virtuali di aziende verdi

Intraprendere visite sul campo immersive e tour virtuali di aziende verdi è un aspetto chiave per arricchire la comprensione degli studenti a proposito della sostenibilità ambientale e dell'imprenditorialità verde. Queste esperienze non solo danno vita a concetti teorici, ma forniscono anche informazioni tangibili sulle applicazioni pratiche delle pratiche ecocompatibili. Esplorando i diversi aspetti delle iniziative verdi, gli studenti acquisiscono una prospettiva globale su come le imprese possono contribuire a un futuro più sostenibile e rispettoso dell'ambiente. I seguenti suggerimenti comprendono una serie di visite sul campo e opportunità di tour virtuali, ognuna progettata per offrire agli studenti una preziosa esposizione ad esempi reali di pratiche commerciali verdi.

Visita ad un impianto locale di riciclaggio:

Organizzare una visita sul campo ad un impianto di riciclaggio locale dove gli studenti possono vedere in prima persona il processo di selezione e riciclaggio dei vari materiali. Questo tour fornisce approfondimenti sulla gestione dei rifiuti, sui principi dell'economia circolare e sull'importanza del riciclaggio per ridurre l'impatto ambientale.

Tour Virtuale di una Fattoria Sostenibile:

Organizzare un tour virtuale di un'azienda agricola sostenibile per scoprire pratiche agricole eco-compatibili. Gli studenti possono conoscere l'agricoltura biologica, la rotazione delle colture e l'uso delle energie rinnovabili in agricoltura. Le conversazioni con gli agricoltori possono evidenziare le sfide e i vantaggi dell'agricoltura sostenibile.

Visita di un impianto di produzione di energia verde:

Pianificare una visita a un impianto di energia rinnovabile, come un parco fotovoltaico o eolico. Gli studenti possono comprendere i meccanismi di generazione di energia pulita, esplorare la tecnologia

Project Partners





alla base delle fonti rinnovabili e acquisire informazioni sul potenziale dell'energia sostenibile nell'affrontare le preoccupazioni ambientali.

Vetrina delle imprese locali verdi:

Collaborare con le imprese verdi locali per un evento divulgativo presso la scuola. Invitare i rappresentanti ad allestire stand, condividere i loro prodotti o servizi ecologici e interagire con gli studenti. Questo evento interattivo offre agli studenti l'esposizione a diversi modelli di business sostenibili.

Tour degli impianti di trattamento delle acque reflue:

Organizzare una visita ad un impianto di trattamento delle acque reflue per educare gli studenti sui processi di conservazione e purificazione dell'acqua. Comprendere come le acque reflue vengono trattate e riciclate contribuisce alla loro consapevolezza della sostenibilità idrica e della gestione ambientale.

Tour Virtuale di Architettura Eco-friendly:

Esplorare grazie a un tour virtuale di edifici verdi o progetti di architettura sostenibile. Gli studenti potranno testimoniare come le scelte progettuali, i materiali e i metodi costruttivi contribuiscano all'efficienza energetica e alla riduzione dell'impatto ambientale nelle pratiche architettoniche.

Esplorazione delle riserve naturali:

Pianificare una visita a una riserva naturale locale o a un parco per sottolineare l'importanza della biodiversità e della conservazione dell'ecosistema. Una visita guidata può aiutare gli studenti ad apprezzare l'interconnessione della natura e il ruolo della conservazione nel preservare l'equilibrio ecologico.

Vetrina della tecnologia verde:

Associarsi ad aziende specializzate in tecnologie verdi per un evento vetrina. Ciò potrebbe includere dimostrazioni di elettrodomestici efficienti dal punto di vista energetico, veicoli elettrici e altre innovazioni che contribuiscano a un futuro più sostenibile.

Visita al mercato degli agricoltori locali:

Project Partners





Take students to a local farmers' market to connect with producers practicing sustainable agriculture. Engage in conversations with farmers, learn about organic farming methods, and explore the benefits of supporting local, sustainable food sources. Portare gli studenti a visitare un mercato agricolo locale per entrare in contatto con i produttori che praticano l'agricoltura sostenibile. Partecipare a conversazioni con gli agricoltori, impara a conoscere i metodi di coltivazione biologica ed esplora i vantaggi di utilizzare fonti alimentari locali e sostenibili.

Tour di impianti di produzione eco-consapevole:

Organizzare un tour di uno stabilimento produttivo impegnato in pratiche produttive sostenibili. Gli studenti possono osservare come le aziende integrino misure ecocompatibili nei loro processi produttivi, riducendo gli sprechi e minimizzando l'impatto ambientale.

Project Partners



Imprenditoria sociale

1. Visione generale

Il modulo "Imprenditoria Sociale" all'interno del programma di formazione degli insegnanti offre un'esplorazione completa del regno dell'imprenditoria sociale, fornendo agli educatori una profonda comprensione dei suoi principi fondamentali e del suo ruolo vitale nell'affrontare le pressanti sfide della società. Questo modulo si propone di fornire agli insegnanti le conoscenze e gli strumenti necessari per insegnare efficacemente l'imprenditoria sociale, ispirando gli studenti a diventare agenti del cambiamento sociale. Essa inizia con un'introduzione all'imprenditoria sociale, che ne chiarisce la definizione e i principi fondamentali, evidenziando nel contempo il suo ruolo fondamentale nell'affrontare le questioni sociali. Qui, gli educatori coglieranno l'importanza di incorporare le pratiche commerciali etiche e l'innovazione sociale nei loro insegnamenti.

Un obiettivo chiave del modulo è la comprensione dei principi della misurazione dell'impatto sociale, che consente agli insegnanti di guidare gli studenti a fare una differenza misurabile nel mondo. Il modulo di formazione approfondisce le strategie pedagogiche, evidenziando approcci efficaci per coinvolgere gli studenti nell'educazione all'imprenditoria sociale. Inoltre, esplora l'integrazione di etica e responsabilità sociale nel curriculum. Nell'ambito della formazione, gli insegnanti esamineranno le iniziative di imprenditorialità sociale di successo, traendo ispirazione da esempi reali. Inoltre, il modulo incoraggia gli educatori a motivare gli studenti nell'individuare questioni sociali pressanti e nell'ideare soluzioni innovative. Sottolineando i progetti pratici e la collaborazione con le organizzazioni della comunità o le organizzazioni non governative (ONG), gli insegnanti permetteranno agli studenti di partecipare attivamente alla creazione di un impatto sociale positivo.

Risultati dell'apprendimento

- ✓ Definire e spiegare i principi fondanti dell'imprenditoria sociale.
- ✓ Riconoscere il ruolo fondamentale dell'imprenditoria sociale nell'affrontare le sfide per la società.
- ✓ Comprendere i concetti di misurazione dell'impatto sociale e le pratiche commerciali etiche.
- ✓ Comprendere l'importanza dell'innovazione sociale e della risoluzione dei problemi nel contesto dell'imprenditoria sociale
- ✓ Attuare approcci pedagogici efficaci per l'insegnamento dell'imprenditoria sociale
- ✓ Incorporare l'etica e la responsabilità sociale nel curriculum

Project Partners



- ✓ Esplorare le iniziative di successo nel campo dell'imprenditoria sociale per ispirare le pratiche didattiche.
- ✓ Incoraggiare gli studenti a identificare i problemi sociali urgenti e proporre soluzioni innovative.
- ✓ Creare e gestire progetti pratici che consentono agli studenti di guidare il cambiamento sociale positivo.
- ✓ Promuovere la collaborazione con organizzazioni comunitarie e ONG per migliorare l'impatto dei progetti di imprenditoria sociale.

2. Introduzione all'imprenditoria sociale

Le crescenti disparità sociali nel corso del processo di globalizzazione hanno provocato cambiamenti significativi in politica, economia, società e cultura. Ciò ha dato vita ad una filosofia di cooperazione e alle prime forme di cooperative, volte a una migliore distribuzione del reddito per migliorare la qualità della vita dei lavoratori. Diversi modelli basati sui principi di giustizia e uguaglianza sono in fase di sviluppo per migliorare la qualità della vita dei membri delle cooperative. Questi modelli sono noti come Economia sociale, Economia solidale, Economia sociale e di solidarietà (SSE), Economia popolare, Buona economia della vita o Economia del terzo settore (González, 2019). Seguono posizioni teoriche e contesti sociali diversi ed è un quadro non dominato da enti privati o pubblici (Haugh, 2005)

2.1. Economia sociale

L'economia sociale ha fatto meglio di altri settori durante la crisi economica. Svolge un ruolo cruciale nel cambiamento sociale perché si differenzia dal modello economico tradizionale, che pone le persone, i loro bisogni, le loro competenze e le opportunità di lavoro al centro del sistema economico, concentrandosi sul benessere sociale e migliorando il tenore di vita e il progresso degli individui (González, 2019).

Esistono numerose definizioni di economia sociale e di economia solidale. La definizione più dominante è quella dell'OCSE (2018), dove il termine "Economia sociale" comprende una serie di entità quali associazioni, cooperative, mutue, fondazioni e, più recentemente, imprese sociali. Queste entità sono caratterizzate dal loro impegno nei confronti dei principi di solidarietà, dando la priorità alle persone rispetto al capitale e aderendo a una governance democratica e partecipativa. Le organizzazioni dell'economia sociale si distinguono in due modi fondamentali: primo, per la loro finalità

Project Partners



fondamentale, che consiste nel rispondere alle esigenze della società e nel perseguire attivamente obiettivi sociali; secondo, per il loro approccio operativo, caratterizzati dall'adozione di modelli aziendali distinti, basati sulla collaborazione, spesso a livello locale o comunitario (OCSE, 2022)

Il concetto di economia solidale mira a promuovere la trasformazione delle economie e delle società abbracciando i principi della solidarietà e dell'inclusione sociale. L'interpretazione di questo termine varia a seconda del contesto regionale in cui viene applicato. Per esempio, in Sud America, si riferisce prevalentemente all'economia informale e alle attività economiche autogestite sia in ambito rurale che urbano. In Canada, è strettamente legata allo sviluppo economico della comunità, che comprende gli sforzi locali di base volti a creare opportunità economiche che migliorino le condizioni sociali, in particolare per i membri più svantaggiati della società. In Europa, il concetto comprende anche iniziative di solidarietà, principalmente, ma non esclusivamente, nell'ambito dei servizi comunitari, come i servizi per gli anziani o i servizi per l'infanzia (OCSE, 2022).

Talvolta, la parola "solidarietà" viene accostata al termine "economia sociale" per abbracciare un'ampia varietà di approcci che comprendono l'intero spettro delle associazioni, cooperative, mutue, fondazioni e imprese sociali. Ciò vale anche per le iniziative comunitarie, di base e persino improvvisate che sono dedicate a esplorare nuovi percorsi di sviluppo economico (OCSE, 2022). Per esempio, Labrador Machín et al. (2017) sostengono che l'economia sociale e solidale promuove la cooperazione tra le imprese e le organizzazioni collaborative, impegnate a creare, condividere e utilizzare prodotti e servizi per scopi non profit in modo solidale.

L'economia sociale e solidale comprende quattro categorie distinte di organizzazioni caratterizzate da principi comuni e metodi operativi. Queste categorie comprendono le associazioni, le cooperative, le fondazioni e le mutue. Più recentemente, il concetto di impresa sociale è stato incluso in queste categorie per riconoscere iniziative imprenditoriali e orientate al mercato che cercano di creare risultati positivi sia per il pubblico in generale o per particolari gruppi vulnerabili (OCSE, 2022). La logica che sta dietro questi quattro tipi di organizzazione è la seguente:

- Un'associazione o organizzazione di volontariato rappresenta un gruppo indipendente e autogovernato di individui che si sono uniti per agire insieme per il miglioramento della loro comunità. Il loro obiettivo primario non è il guadagno finanziario (OCSE, 2003).
- Una cooperativa è un'assemblea indipendente di individui e/o entità giuridiche che si sono uniti volontariamente per soddisfare le loro comuni esigenze ed aspirazioni economiche, sociali

Project Partners



e culturali attraverso un'impresa di proprietà comune e gestita democraticamente (Alleanza cooperativa internazionale, 1995).

- Le fondazioni sono istituzioni filantropiche strutturate principalmente come raccolte permanenti di fondi, i cui rendimenti vengono utilizzati a lungo termine per il beneficio di specifiche comunità geografiche o attività del settore senza scopo di lucro. Le fondazioni fungono da organizzazioni di concessione di sovvenzioni e forniscono servizi sociali, sanitari e culturali (Noya & Clarence, 2007).
- Una società mutualistica è un'entità di proprietà e governata dai suoi membri, dedicata al servizio dei loro interessi collettivi. Le società di mutua assistenza possono manifestarsi come gruppi di auto aiuto, società amichevoli e cooperative. Queste organizzazioni escludono la partecipazione degli azionisti e, invece, uniscono i membri che mirano a fornire un servizio condiviso da cui tutti traggono benefici (Noya & Clarence, 2007).
- Un'impresa sociale è una società privata che opera a beneficio della comunità in generale o di specifici gruppi vulnerabili. Il principale obiettivo non è massimizzare i profitti per guadagni personali, ma reinvestirli per mantenere gli obiettivi sociali e sociologici. Può fornire nuove soluzioni a problemi sociali quali l'esclusione sociale e la disoccupazione (OCSE, 1999). Si differenzia dalla maggior parte degli altri enti senza scopo di lucro per il modo in cui opera, gli obiettivi sociali che persegue e le sue pratiche commerciali (Haugh, 2005)

2.2. Imprenditorialità sociale

Dopo aver chiarito i concetti coinvolti nell'Economia Sociale e Solidale, il resto del modulo si concentrerà sull'Imprenditoria Sociale e le Società Sociali. Imprenditorialità sociale significa necessità impellente di promuovere la trasformazione sociale. Ciò che distingue questo settore e i suoi professionisti dedicati è la promessa che esso contiene, offrendo benefici duraturi e di vasta portata per la società. Questo impegno a produrre un impatto positivo e a facilitare cambiamenti duraturi distingue l'imprenditorialità sociale da altri campi. Si caratterizza per un'attenzione costante alla creazione di un valore sostanziale e trasformativo per la società, affrontando al contempo questioni sociali critiche. Gli imprenditori sociali sono guidati dal desiderio di portare un cambiamento significativo e sostenibile, ridefinendo il modo in cui affrontiamo problemi complessi e lasciando un segno profondo e duraturo nel mondo. L'imprenditorialità sociale rappresenta quindi un approccio

Project Partners



distinto per affrontare le questioni sociali e promuovere cambiamenti positivi all'interno delle comunità e delle società.

Esistono molti termini e descrizioni utilizzati da esperti e responsabili politici per descrivere la struttura delle imprese sociali. Tra queste figurano alcune parole chiave comuni, quali "società privata operante a vantaggio del pubblico" (OCSE, 1999:10), "società sociali a scopo di lucro" (Dees e Anderson 2003) e "società a scopo sociale" (Wallace, 1999). Tuttavia, le imprese sociali utilizzano forme giuridiche diverse e rispettano strutture giuridiche, responsabilità fiscali e obblighi diversi da paese a paese (Haugh, 2005).

Tuttavia, la letteratura concorda sul ruolo dell'imprenditoria sociale nell'affrontare le sfide sociali stimolando l'innovazione e il progresso economico. Più specificamente, sulla base di una recente rassegna della letteratura sviluppata da Abirami et al. (2023), combina idee imprenditoriali con un importante scopo sociale, creando nuove risposte che portano vantaggi sia all'economia che alla società. Gli imprenditori sociali applicano diversi approcci per generare innovazione in vari settori economici. Questi coinvolgono la collaborazione con le parti interessate, l'uso della tecnologia e delle piattaforme digitali, la promozione della condivisione delle conoscenze, la costruzione di competenze e il coinvolgimento nell'investimento a impatto sociale. Inoltre, l'imprenditorialità sociale incide in modo significativo sulla crescita economica, poiché crea posti di lavoro avviando nuove imprese e facendo crescere quelle esistenti. Affrontando problemi quali la povertà e le disuguaglianze, l'imprenditorialità sociale promuove un più ampio progresso socioeconomico nelle aree e regioni locali. Inoltre, promuove metodi di innovazione sostenibili e inclusivi dando la priorità alla sostenibilità sociale e ambientale nei suoi modelli di business, con conseguente sviluppo di soluzioni innovative per affrontare importanti questioni sociali e ambientali.

L'imprenditorialità sociale mette insieme obiettivi sociali ed economici, creando modelli di business sostenibili che generano guadagni e migliorano la società. Con il potere unico di collegare le aziende orientate al profitto a cause sociali, l'imprenditorialità sociale consente agli individui di costruire un mondo migliore. Attrae un'ampia gamma di imprenditori, compresi quelli che vogliono fare la differenza, attraverso questo approccio ibrido. Pertanto, l'imprenditorialità sociale svolge un ruolo vitale nella promozione della crescita economica inclusiva soddisfacendo le esigenze delle comunità emarginate e svantaggiate, focalizzando l'attenzione su questioni come la povertà, l'assistenza sanitaria, l'istruzione e l'accesso ai servizi necessari. Apportando soluzioni creative, gli imprenditori

Project Partners



sociali danno slancio e attrezzano queste comunità, riducono le disparità e spianano la strada alla partecipazione economica e al progresso

3. Concetti chiave dell'imprenditorialità sociale

Approfondendo il mondo dell'imprenditoria sociale, incontriamo concetti chiave che supportano le pratiche di questo campo innovativo. In questa sezione, esploreremo tre dimensioni critiche delle pratiche commerciali etiche, della misurazione dell'impatto sociale e dell'arte dell'innovazione sociale e della risoluzione dei problemi. Qui, esamineremo queste dimensioni ed esploreremo la loro interazione per guidare la forza trasformativa dell'imprenditorialità sociale. Questi tre pilastri costituiscono la spina dorsale del panorama dell'imprenditoria sociale: coltivare un comportamento etico, valutare l'efficacia delle iniziative sociali e promuovere soluzioni innovative per affrontare le sfide della società.

3.1. Pratiche aziendali etiche

In una prospettiva critica, gli sviluppi nello studio dell'imprenditorialità sociale non sono stati accompagnati da un'analisi approfondita dal punto di vista etico (Cornelius et al., 2008). C'è un'idea che essere socialmente focalizzati implica che le intenzioni sono probabilmente moralmente corrette; sono supportate da principi, moralmente giustificati e validi (Chell, et al., 2016).

La parola "etica" deriva dal termine greco "ethos", che significa "abitudine" o "sentimento" (Toffler, 1986). Sebbene sia difficile definire esattamente cosa siano le etiche, si dice che siano i principi che determinano ciò che è moralmente corretto e può influenzare il comportamento, le scelte e le azioni di un individuo (Bartlett & Preston, 2000). L'etica si concentra sulla determinazione di "ciò che è giusto" e "ciò che è sbagliato" (Morris, et al., 2002). Va oltre il requisito minimo di seguire le regole e comprende invece la motivazione che le sta dietro.

Le questioni etiche sono spesso discusse in vari campi, tra cui organizzazioni e aziende (Cremer & Vandekerckhove, 2017). Nell'ambiente aziendale, l'etica gioca un ruolo importante (Ferrell & Fraedrich, 2015), in quanto qualsiasi violazione degli standard etici può danneggiare la reputazione dell'organizzazione e del suo business. Vi sono diversi casi in cui le azioni non etiche delle aziende hanno portato alla loro scomparsa. Pertanto, è ormai prassi comune per molti dirigenti aziendali

Project Partners



includere codici di condotta etici nelle loro pubblicità e nei loro programmi al fine di dimostrare la presenza di buone pratiche all'interno dell'organizzazione (Bull et al., 2008).

Come altri imprenditori, gli imprenditori sociali utilizzano tattiche commerciali e soluzioni inventive per aumentare i profitti, ma mirano a far progredire la missione sociale dell'organizzazione piuttosto che ad arricchirsi personalmente. Gli imprenditori sociali si distinguono dai loro colleghi tradizionali per la forza trainante e lo scopo dell'imprenditorialità. In quanto tali, gli imprenditori sociali sono spesso considerati individui ammirevoli che possiedono un'etica robusta, una motivazione personale, una passione e un impegno per affrontare i problemi sociali riconosciuti con il loro concetto imprenditoriale inventivo (Bacq & Janssen, 2011; Drayton, 2002). Essi sono anche indicati nella letteratura come coloro che scelgono egoisticamente di perseguire il trionfo dell'impresa sociale (Zahra et al., 2009). Tuttavia, si ritiene che gli imprenditori sociali possano affrontare scelte difficili che potrebbero ostacolare i loro principi etici a causa delle condizioni economiche difficili e fluttuanti in cui operano (Zahra et al., 2009).

Esistono tre livelli - micro, medio e macro - di etica aziendale. La prospettiva degli individui all'interno dell'organizzazione viene esaminata a livello micro. L'organizzazione stessa, compresa la sua struttura e cultura, è al centro del livello medio. Il livello macro riguarda le istituzioni, il mercato, il governo, la cultura nazionale e le tradizioni (Spence, 1999). L'etica aziendale in un'organizzazione dipende da tre fattori secondo Svensson & Wood (2008): le aspettative della società, la sua percezione del valore dell'organizzazione e la sua valutazione delle prestazioni dell'organizzazione. La società prevede il rispetto delle norme e delle leggi, nonché il contributo dell'organizzazione allo sviluppo sociale durante le sue operazioni commerciali. Un'organizzazione è coinvolta nella comunità, lavorando con diversi stakeholder. Ciò aiuta la società a comprendere il ruolo dell'organizzazione e le relazioni con i suoi stakeholder. Lo scopo della valutazione è di determinare in che misura l'organizzazione sia responsabile nei confronti della società nella quale opera.

Oltre a quanto sopra, gli imprenditori sociali, come qualsiasi altro imprenditore, devono affrontare sfide etiche. Soprattutto per la forma di impresa sociale, gli imprenditori sociali possono incontrare dilemmi etici in sei settori chiave: definizione della struttura giuridica, gestione delle risorse umane, garanzia della sostenibilità finanziaria, trasparenza e responsabilità, gestione dei partenariati e deviazione dalla missione (Paswan, 2018). La complessità di queste considerazioni etiche nel campo dell'imprenditoria sociale rispecchia la natura intricata delle loro imprese, che richiedono una profonda introspezione e un processo decisionale basato su principi. Inoltre, il fondamento morale dell'imprenditorialità sociale

Project Partners



si estende oltre la stessa organizzazione, estendendosi alle aspettative e percezioni della società. La società si rivolge a questi agenti del cambiamento non solo per creare soluzioni innovative, ma anche per incarnare gli standard etici che riflettono le aspirazioni e i valori di una comunità globale sempre più consapevole. Pertanto, è evidente che, man mano che il settore dell'imprenditoria sociale continua a svilupparsi, l'importanza e la complessità delle pratiche commerciali etiche in questo settore hanno raggiunto un punto di svolta cruciale, richiedendo una maggiore considerazione e un approccio basato su principi.

3.2. Impatto sociale

Un modo per superare queste difficoltà è misurare l'impatto sociale, aspetto particolarmente importante dell'imprenditoria sociale. La misurazione dell'impatto sociale valuta il valore sociale e l'impatto delle attività di organizzazioni a scopo di lucro o senza scopo di lucro. Mentre qualsiasi impresa può creare valore sociale, le imprese sociali sono specificamente progettate per affrontare le sfide sociali e produrre un impatto sociale. La valutazione della ricerca accademica e delle leggi e politiche attuali rivela importanti caratteristiche delle imprese sociali. Avere un impatto positivo sulla società è solo uno dei requisiti necessari, e forse il più significativo, per una entità di ottenere il riconoscimento come impresa sociale (Hadad & Găucă, 2014). Inoltre, la misurazione dell'impatto sociale può aiutare le imprese sociali a stabilire obiettivi pratici, a monitorare e migliorare le prestazioni e a dare priorità alle decisioni. Può anche aumentare la loro competitività nell'accesso ai mercati dei capitali (Nicholls, 2007).

Il concetto di impatto sociale è comunemente inquadrato attraverso quattro componenti fondamentali (Clifford, 2014). Questi componenti comprendono il valore generato come risultato delle azioni di un individuo (Emerson et al., 2000), il valore percepito dai beneficiari e da qualsiasi altra parte influenzata da tali azioni (Kolodinsky, et al., 2006), una valutazione globale che consideri sia le conseguenze favorevoli che sfavorevoli (Wainwright, 2002), e una valutazione dell'impatto relativo a quali sarebbero state le circostanze se l'attività proposta non fosse stata realizzata.

La valutazione dell'impatto sociale comporta una valutazione approfondita di diversi fattori importanti per determinare quanto sia efficace e significativo uno sforzo imprenditoriale sociale. Secondo Rawhouser et al. (2019), questi fattori comprendono "cosa", che si concentra sui risultati particolari che il progetto mira a raggiungere e effettivamente raggiunge. Include "Chi", che identifica le persone o i gruppi specifici che beneficiano di questi risultati. Comprende anche la misurazione della portata,

Project Partners



della durata e dell'entità del l'impatto del progetto. Questo è noto come 'Quanto'. Esaminiamo anche l'aspetto "Contributo", fondamentale nel determinare se le variazioni osservate sono un risultato diretto del progetto o una conseguenza di forze esterne e indipendenti. Infine, esaminiamo il "Rischio" dimensione, valutando eventuali effetti negativi connessi ai criteri sopra menzionati. Queste cinque componenti creano una struttura completa per valutare e comprendere gli effetti complessi sulla società, consentire agli imprenditori sociali di valorizzare i loro progetti e aumentare il loro impatto costruttivo sulla società.

3.3. Innovazione sociale

La misurazione dell'impatto sociale nell'imprenditoria sociale è strettamente connessa agli obiettivi primari della soluzione dei problemi sociali e dell'innovazione sociale. Gli imprenditori sociali avviano i loro progetti con l'obiettivo principale di apportare un cambiamento positivo nella società affrontando al contempo problemi urgenti. Il processo di misurazione del l'impatto sociale funge da guida che orienta questi imprenditori nel loro viaggio. Li assiste nel valutare l'impatto delle loro risposte innovative e dei metodi di risoluzione dei problemi. Valutando i risultati e le ripercussioni reali delle loro iniziative, gli imprenditori sociali possono migliorare le proprie tecniche, prendere decisioni basate sui dati e aumentare in modo più efficiente le proprie soluzioni. Possono usare questa tecnica per rimanere allineati con il loro scopo primario e portare cambiamenti positivi e duraturi nelle comunità e nei settori in cui lavorano. La misurazione dell'impatto sociale colma quindi il divario tra le aspirazioni di innovazione sociale e i risultati pratici della risoluzione dei problemi. In questo modo, si assicura che gli imprenditori sociali possano sbloccare il potenziale effettivo dell'imprenditoria sociale.

L'innovazione sociale è un elemento chiave del l'imprenditoria sociale. L'innovazione sociale comporta quattro componenti chiave - soddisfare un requisito, sviluppare soluzioni innovative, modificare le strutture e le associazioni sociali e rafforzare la capacità della società di agire (Portales, 2019). Soddisfare le necessità è il principale obiettivo dell'innovazione sociale. Il suo scopo è quello di soddisfare un bisogno che non è ancora stato soddisfatto, o soddisfare un bisogno che è inutile, ingiusto, o senza senso. Ciò definisce la ragione dell'innovazione, il motivo per cui è emersa e quale prodotto o valore essa intende offrire alla società. L'innovazione della soluzione riguarda la soddisfazione dei bisogni con mezzi diversi da quelli convenzionali. La sequenza per soddisfare il bisogno dovrebbe essere ordinata. Questa innovazione può avvenire realizzando qualcosa di nuovo o includendo nuove caratteristiche per soddisfare il bisogno. Questo aspetto determina il grado di

Project Partners





innovazione della soluzione e la sua esecuzione. La componente del cambiamento della struttura e delle relazioni sociali significa che un'innovazione sociale trasforma la società modificando la sua struttura. L'innovazione sociale mira a stabilire nuovi collegamenti tra i membri della società, consentendo l'afflusso di nuovi partecipanti nella comunità. Questo fattore si concentra sui progressi realizzati attraverso l'innovazione sociale quando le richieste sono soddisfatte e più attori partecipano. L'idea di ampliare la capacità della società di agire e di acquisire le risorse necessarie per soddisfare i requisiti significa che un'innovazione sociale deve sostenere il potenziamento dei partecipanti diversi, in particolare quelli che sono emarginati. Questo rafforzamento aiuta a costruire una comunità più solida che può affrontare efficacemente le sue esigenze. Richiede individui e gruppi diversi che lavorano insieme poiché una sola persona non può creare un cambiamento sociale duraturo.

L'idea di innovazione sociale ha reso più facile per tutti trovare soluzioni che rispondano a specifiche esigenze sociali o affrontino un particolare problema. Quando si tratta di innovazione sociale, tutti devono contribuire ad affrontare le questioni sociali e creare i propri piani d'innovazione sociale. Non si tratta solo di loro, ma anche di tutti gli attori che vogliono costruire una società più giusta e più equa. Questo approccio all'inclusione sfida l'idea tradizionale che la soluzione dei problemi sociali sia responsabilità esclusiva del governo o delle organizzazioni senza scopo di lucro. Incoraggia una visione olistica della società e consente a ciascun individuo di partecipare al cambiamento sociale, piuttosto che limitarsi ad osservare da un punto di vista marginale. Questo è il modo in cui l'innovazione sociale viene utilizzata per affrontare le sfide sociali, ambientali e demografiche che stanno crescendo. Molti attori sono coinvolti in questo, e senza la loro partecipazione sarebbe impossibile risolvere questi problemi. L'innovazione sociale non implica soltanto la partecipazione di molti attori, ma richiede anche la partecipazione di attori provenienti da tutti i settori della società, poiché i problemi che affronta sono complessi, coinvolgono molte discipline e si verificano a livelli multipli.

Project Partners



4. Insegnare imprenditorialità sociale

Argomenti interessanti e dinamici, come l'imprenditorialità sociale, possono sembrare aridi e troppo concettualizzati agli studenti se insegnati con metodi pedagogici convenzionali. Il nostro obiettivo è quello di introdurre una nuova prospettiva coinvolgendo gli studenti in queste materie attraverso approcci esperienziali e hands-on learning. Queste tecniche hanno la capacità di dare vita al materiale didattico e di fornire un'esperienza appagante sia per gli studenti che per gli insegnanti.

Questo speciale settore fonde i principi aziendali con una seria dedizione a trattare importanti questioni sociali. Questo lo rende perfetto per studiare e integrarsi in ambienti educativi. Introducendo gli studenti all'imprenditoria sociale, diamo loro il know-how, le abilità e le strutture morali necessarie per diventare leader influenti nei loro quartieri e oltre. Di seguito, esamineremo i metodi di insegnamento e suggerimenti per gli insegnanti per educare con successo gli studenti sull'imprenditorialità sociale in classe, coltivando una nuova ondata di pensatori socialmente consapevoli e inventivi. Di seguito il lettore può trovare utili esempi di metodologie per l'insegnamento dell'imprenditorialità sociale in classe. Più in dettaglio:

- **Project-Based Learning:** Incoraggiare gli studenti a sviluppare le loro iniziative imprenditoriali sociali attraverso l'apprendimento pratico basato su progetti. Per esempio, chiedere loro di creare un business plan per un progetto sostenibile come un giardino comunitario che affronta l'insicurezza alimentare locale. Fornire orientamenti su ricerche di mercato, raccolta fondi e modelli di sostenibilità.
- **Studio di casi:** Utilizzare studi di casi reali di imprese sociali di successo come TOMS Shoes o Grameen Bank. Analizzare questi esempi aiuta gli studenti a comprendere le sfide pratiche e le soluzioni innovative nell'imprenditoria sociale.
- **Relatori ospiti:** Invitare imprenditori sociali o esperti del settore a parlare alla vostra classe. Per esempio, un imprenditore sociale locale che ha avviato un programma di mentoring per i giovani può fornire preziose informazioni sulle loro esperienze e sfide.
- **Simulation Games:** Utilizzare giochi di simulazione come la "Sfida per l'imprenditoria sociale". Questo gioco permette agli studenti di giocare come imprenditori sociali, prendendo decisioni sulle loro imprese, finanziamenti e allocazione delle risorse.
- **Coinvolgimento della comunità locale:** Incoraggiare gli studenti a impegnarsi con la loro comunità locale. Per esempio, possono lavorare a progetti con un'organizzazione locale senza

Project Partners



scopo di lucro, individuando le esigenze della comunità e sviluppando soluzioni, come l'organizzazione di un'iniziativa di pulizia o la creazione di un programma di riciclaggio.

- **Peer Teaching:** Assegnare gli studenti a insegnare ai loro coetanei su vari aspetti dell'imprenditoria sociale. Per esempio, ogni gruppo può esplorare diversi modelli di business, come il modello "Buy One Give One" utilizzato da aziende come Warby Parker o modelli di franchising sociale come Grameen Danone.
- **Apprendimento Interdisciplinare:** Integrare l'imprenditorialità sociale con altre materie, quali etica, scienze ambientali o economia. Ad esempio, in una classe di scienze ambientali, gli studenti possono esplorare come le imprese sociali affrontano le questioni ecologiche attraverso prodotti eco-compatibili e pratiche sostenibili.
- **Programma di tutoraggio:** Stabilire programmi di tutoraggio in cui gli studenti collaborano con imprenditori sociali locali. Possono seguire l'imprenditore, ottenere informazioni sul loro lavoro e ricevere consigli per avviare le proprie iniziative sociali.
- **Misurazione dell'impatto sociale:** Insegnare agli studenti a misurare l'impatto sociale delle loro iniziative. Fornire indicazioni sull'uso di strumenti come il quadro del rendimento sociale dell'investimento (SROI) e coinvolgere i membri della comunità per valutare i risultati dei loro progetti.
- **Pitch Competitions:** Organizzare concorsi di presentazione di progetti di imprenditoria sociale, in cui gli studenti presentano le loro idee di progetto a una giuria, simulando uno scenario reale. Questi eventi possono contribuire a sviluppare le capacità di comunicazione e presentazione degli studenti.
- **Diari per riflettere:** Incoraggiare gli studenti a scrivere un diario in cui registrare le loro esperienze, sfide e lezioni apprese durante il corso. Questi diari possono aiutare gli studenti a seguire la loro crescita personale come imprenditori sociali.
- **Analisi dell'attualità:** Discutere le ultime notizie e gli eventi relativi all'imprenditoria sociale, consentendo agli studenti di collegare l'apprendimento in classe a sviluppi ed esempi del mondo reale.
- **Prospettive globali:** Esplorare l'imprenditoria sociale su scala globale, studiando organizzazioni come Kiva o BRAC che operano a livello internazionale. Far analizzare agli studenti come queste organizzazioni adattano i loro modelli a diversi contesti culturali ed economici.

Project Partners





Incorporando questi approcci pedagogici, gli insegnanti possono creare ambienti coinvolgenti e dinamici per l'insegnamento dell'imprenditorialità sociale, promuovendo l'innovazione e l'empatia tra gli studenti mentre li prepara ad affrontare pressanti questioni sociali.

Nella prossima sottosezione, viene presentata una metodologia più dettagliata nel contesto del l'apprendimento esperienziale per aiutare gli insegnanti a integrare l'insegnamento del l'imprenditorialità sociale nei loro programmi di studio.

4.1. Formazione pratica sul comportamento organizzativo- Practical Organizational Behaviour Education (PROBE)

PROBE è stato creato da Nirenberg nel 1994 come metodo di insegnamento che coinvolge direttamente gli studenti nel processo di apprendimento in una piccola università privata. Nirenberg ha progettato questo approccio di apprendimento esperienziale per rispondere alle lamentele che i programmi delle scuole di business erano troppo teorici e che l'apprendimento pratico ed esperienziale avrebbe attrezzato meglio gli studenti per le loro future carriere. Più in dettaglio, PROBE combina un approccio pratico con un metodo incentrato sullo studente, consentendo a persone di tutte le culture e background di sviluppare la teoria dalla propria esperienza (Nirenberg, 1994). PROBE offre agli studenti la possibilità di organizzare, attuare e valutare un vero progetto imprenditoriale nel giro di pochi mesi. L'insegnante agisce principalmente come facilitatore. L'insegnante osserva le organizzazioni degli studenti e funge da risorsa per loro quando incontrano gravi difficoltà. L'insegnante dovrebbe incoraggiare i gruppi di studenti a valutare le strategie, le decisioni e le interazioni interpersonali che hanno contribuito ai loro successi e fallimenti.

Innanzitutto, il progetto può durare sei mesi o meno. I gruppi di studenti possono essere composti da 5 a 7 studenti. Durante la prima settimana, gli studenti preparano e presentano i loro curriculum al docente, che li valuta e "assume" gli amministratori delegati. Gli amministratori delegati prendono quindi i curriculum restanti e selezionano i membri della loro società.

La fase successiva richiede che ciascuna impresa abbia un'idea per un prodotto o servizio da proporre durante il semestre, sviluppi un piano aziendale e alla fine lo metta in atto. Qui, iniziamo a discutere di come fare brainstorming, poi passiamo a un'attività in cui gli studenti elencano tutte le questioni sociali e ambientali che riguardano e coinvolgono la scuola e il quartiere. Infine, i gruppi decidono quale problema sociale cercheranno di affrontare attraverso la loro azienda.

Project Partners



Secondo Gundlach & Zivnuska (2010), questo metodo è utile perché gli studenti imparano importanti tecniche decisionali. Essi sono anche invitati a non concentrarsi su progetti concreti e a parlare invece di problemi sociali o ambientali che li preoccupano molto. Questi temi possono anche offrire opportunità commerciali. Di conseguenza, gli studenti vengono introdotti a importanti processi di pensiero strategico e di decisione che sono necessari per iniziative di successo. Una volta che gli studenti hanno concordato un progetto, possono iniziare a scrivere i loro piani aziendali. La portata e il contenuto di questi piani variano in base agli obiettivi dell'insegnante e alle capacità degli studenti. I piani aziendali possono includere dichiarazioni di intenti e obiettivi definiti per ciascuno dei tre tripli risultati finali, nonché analisi SWOT (punti di forza, punti deboli, opportunità, minacce), bilanci, valutazioni costi/benefici, proiezioni future e qualsiasi altro requisito connesso agli obiettivi del corso.

Questo piano aziendale sociale può essere un compito fantastico per un modulo di impresa sociale. La creazione di un piano aziendale valido per un'impresa sociale è fondamentale per il successo dell'impresa. Il piano aziendale per le imprese sociali può assumere la forma di un'organizzazione senza scopo di lucro, a scopo di lucro o ibrida. Gli studenti devono fornire un riassunto degli elementi chiave del piano, come segue:

- Idea di base dietro il business e la finestra di opportunità che ha portato alla sua creazione.
- Le loro idee di cambiamento e i risultati sociali desiderati.
- Identificare chi trarrà vantaggio dall'iniziativa e come acquisirà valore.
- Descrivere i punti di forza e i vantaggi del team di gestione.
- Sviluppare un piano chiaro per l'infrastruttura per soddisfare le esigenze dei beneficiari/ clienti.
- Implementare una strategia finanziaria sostenibile per garantire almeno la redditività.
- Presentare le proiezioni per i primi tre anni di entrate, reddito netto e requisiti di finanziamento.
- Stabilire un modello efficace per l'utilizzo delle risorse della comunità.
- Stimare l'impatto sociale in termini misurabili.

Durante le attività PROBE (Nirenberg, 1994; Shaw, et al., 1999; Shaw, 2004), le lezioni sono fornite in uno stile just-in-time, cioè al bisogno. Nelle prime settimane si esplorano argomenti come il team building, l'incoraggiamento della creatività e la presa di decisioni di gruppo. A metà del corso, si esplorano la leadership, la motivazione e l'affrontare i conflitti, mentre si esaminerà il cambiamento organizzativo verso la fine. Ogni settimana durante il semestre, gli studenti si concentreranno su lezioni

Project Partners



e case study basate su lezioni, oltre a svolgere esercizi e discussioni sulle attività e sui processi aziendali. Il docente incontra ogni azienda individualmente due o tre volte per semestre (ad esempio, nelle settimane 3, 7 e 9 di un semestre di 13 settimane). Inoltre, ci sono incontri speciali tra l'insegnante e gli amministratori delegati. Durante le sessioni di insegnamento in momenti cruciali del semestre, gli esercizi di gruppo sono utilizzati per migliorare la discussione e l'analisi all'interno del gruppo. L'insegnante agisce da facilitatore per incoraggiare una discussione aperta sui problemi nel tentativo di risolverli. Per questioni importanti, si suggerisce che l'azienda continui la discussione nella successiva riunione di gruppo.

.Gundlach & Zivnuska (2010) hanno suggerito alcune interessanti modifiche al modello originale di PROBE. Una modifica importante riguarda l'efficace funzionamento dei gruppi di studenti come imprenditori sociali, i.e. coloro che creano soluzioni economicamente valide per le questioni sociali. Questo adattamento è al centro della missione di ogni organizzazione studentesca. Inoltre, è importante incorporare l'obbligo per gli studenti di stabilire obiettivi di profitto nei loro piani aziendali durante l'adattamento del progetto PROBE. Ciò assicura che l'aspetto a scopo di lucro del progetto rimanga prominente, anche durante la fase di brainstorming in cui alcuni gruppi possono inizialmente concentrarsi solo sui benefici sociali e ambientali. Va sottolineato che "il cambiamento sociale sostenibile può essere raggiunto solo attraverso operazioni a scopo di lucro" (Tracey & Phillips, 2007). Questa enfasi rispecchia le iniziative commerciali del mondo reale, aggiungendo un ulteriore livello di sfida. Quando gli studenti sono costretti a considerare la redditività, tendono ad andare oltre i piccoli progetti una tantum come le pulizie del parco o le raccolte di fondi per beneficenza. Un'altra importante modifica è l'obbligo per gli studenti di fissare obiettivi sociali e ambientali per il loro progetto. Bisogna sottolineare agli studenti che non è sufficiente realizzare un profitto, ma devono anche mirare a migliorare le condizioni sociali e ambientali nel processo. La combinazione dei tre obiettivi in un'idea di progetto è senza dubbio l'aspetto più impegnativo del progetto, ma è anche il più critico per ottenere risultati soddisfacenti e di qualità.

Un altro aspetto importante è la parte della valutazione del modello di apprendimento PROBE, che consiste in diversi componenti (Nirenberg, 1994). In primo luogo, il corso comprende valutazioni di gruppo in cui i gruppi analizzano il materiale del corso e lo collegano alle loro organizzazioni. Questo motiva gli studenti a esplorare questioni come la leadership, la delega del lavoro, la comunicazione di gruppo, i programmi di raccolta fondi, la supervisione del budget, la pubblicità e la valutazione dei risultati, tutti strettamente correlati al contenuto del corso. Quando gli studenti sono responsabili di

Project Partners



collegare il materiale con le loro esperienze pratiche e difficoltà, l'insegnante crea un corso che è radicato nelle esigenze degli studenti. Ciò, di conseguenza, ispira gli studenti ad analizzare e risolvere i problemi. Inoltre, ci sono due modi per valutare gli individui: quiz e diari di apprendimento personale. I quiz sono creati utilizzando il materiale di classe assegnato per motivare gli studenti a diventare esperti nel contenuto del corso, consentendo loro di applicarlo in modo più efficace nei loro ruoli all'interno dell'organizzazione. I quiz possono variare nel formato, con scelte per opzioni temporizzate o non temporizzate e diversi tipi di domande tra cui vero/falso, abbinamento, scelta multipla o brevi saggi. Inoltre, gli studenti devono compilare e scrivere rapporti di diari di apprendimento su eventi significativi che affrontano. Questi rapporti devono essere mantenuti confidenziali tra l'insegnante e gli studenti e devono essere liberamente commentati dagli studenti per valutare e interpretare eventi memorabili o soggetti degni di nota. Questo compito promuove anche l'applicazione dei concetti e delle teorie del corso riflettendo sulle esperienze passate.

4.2. Misurazione dell'impatto sociale

Insegnare l'imprenditorialità sociale non significa soltanto motivare il cambiamento, ma anche assicurarne l'attuazione. La misurazione dell'impatto sociale è cruciale per questo processo. Di seguito sono riportati alcuni passaggi su come misurare l'efficacia delle iniziative di impresa sociale dei vostri studenti.

1. **Definire obiettivi chiari:** Prima di intraprendere i progetti di imprenditoria sociale, aiutare gli studenti a definire obiettivi sociali chiari e specifici. Questi obiettivi devono essere in linea con la missione e i valori del progetto, e devono essere misurabili. Incoraggiare gli studenti a pensare al cambiamento che vogliono creare.
2. **Selezionare delle misurazioni pertinenti:** Quando si lavora su progetti sociali, aiutare gli studenti a identificare le misurazioni più rilevanti o indicatori di prestazioni chiave (KPI) che si riferiscono direttamente ai loro obiettivi sociali. Questi parametri possono variare a seconda dell'obiettivo del progetto, sia che si tratti di riduzione della povertà, sostenibilità ambientale o accesso alle cure sanitarie.
3. **Raccolta e analisi dei dati:** Insegnare agli studenti l'importanza di raccogliere dati sulle misurazioni selezionate. Ciò potrebbe comportare indagini, interviste, osservazioni o dati provenienti da varie fonti. Mostrare loro come analizzare i dati per valutare con precisione l'impatto del loro progetto.

Project Partners



4. **Misurazione di riferimento:** Per aiutare gli studenti a valutare efficacemente il loro impatto, guidarli nella definizione di una misurazione di riferimento prima di attuare le loro iniziative sociali. Questa linea di base serve come punto di confronto per comprendere il cambiamento generato dalle loro azioni.
5. **Dati quantitative e qualitativi:** Spiegare agli studenti l'importanza di considerare sia i dati quantitativi che qualitativi. I dati quantitativi forniscono informazioni numeriche, mentre i dati qualitativi offrono una comprensione più approfondita delle esperienze e delle percezioni dei beneficiari.
6. **Coinvolgimento degli stakeholder:** Coinvolgere studenti nel processo che impegna gli stakeholder. Incoraggiarli a raccogliere input dai beneficiari e da altri stakeholder. Le loro prospettive possono fornire preziose informazioni sull'efficacia dei programmi e delle iniziative sociali.
7. **Analisi comparativa:** Aiutare gli studenti a capire il concetto di analisi comparativa, che comporta confrontare i risultati della loro iniziativa sociale con quello che sarebbe successo in assenza del programma. Questa analisi controfattuale aiuta a determinare il vero impatto.
8. **Monitoraggio e rendicontazione regolari:** Sottolineare l'importanza di un monitoraggio e di una rendicontazione regolari. La misurazione dell'impatto sociale è un processo continuo. Incoraggiare gli studenti a riferire regolarmente sui loro progressi, tutto ciò costruisce fiducia e consente di apportare modifiche se necessario.
9. **Verifica da parte di terzi:** Spiegare che in alcuni casi gli imprenditori sociali optano per la verifica di terzi per convalidare le loro valutazioni d'impatto. Discutere in che modo la verifica indipendente può migliorare la credibilità dell'impatto segnalato.
10. **Apprendimento e adattamento:** Assicurarsi che gli studenti capiscano che la misurazione dell'impatto sociale non è solo una quantificazione dei risultati, ma anche uno strumento per l'apprendimento e l'adattamento. Dovrebbero utilizzare le informazioni ottenute dalla misurazione per perfezionare le loro strategie e migliorare il loro impatto.
11. **Considerazioni etiche:** Infine, infondere nei propri studenti le considerazioni etiche che sono essenziali quando si misura l'impatto sociale. Garantire che rispettino la vita privata e la dignità dei beneficiari e conducano il processo di misurazione con integrità morale.

Project Partners



4.3. Considerazioni etiche

Porre domande che stimolino la riflessione può aiutare gli studenti a riflettere sulle considerazioni etiche delle loro iniziative di imprenditorialità sociale. Ecco alcune domande che gli insegnanti possono porre ai loro studenti:

- **Assistenza ai beneficiari:** In che modo la vostra iniziativa dà priorità al benessere e alla dignità dei beneficiari cui mira? Gli studenti tengono conto delle esigenze e preferenze dei beneficiari?
- **Trasparenza e responsabilità:** Quanto sono trasparenti le attività e i finanziamenti del progetto per gli interessati, compresi donatori, partner e beneficiari? Come garantire la responsabilità per le risorse affidate?
- **Impatto sociale e ambientale:** Avete valutato i potenziali impatti positivi e negativi della vostra iniziativa sulla società e l'ambiente? Come intende massimizzare i risultati positivi e ridurre al minimo il danno?
- **Commercio equo e approvvigionamento etico:** Se la vostra iniziativa riguarda lo sviluppo di prodotti o il commercio, come garantite salari equi, condizioni di lavoro e pratiche etiche di approvvigionamento nella vostra catena di fornitura?
- **Privacy e consenso informato:** Come proteggi la privacy e i diritti delle persone coinvolte nel tuo progetto? Avete ottenuto il consenso informato da coloro con cui interagite, soprattutto in aree sensibili come la raccolta dei dati?
- **Sensibilità culturale:** Siete sensibili alle differenze e norme culturali nelle comunità in cui operate? Come garantite che il vostro progetto rispetti e valorizzi le abitudini locali?
- **Allocazione delle risorse:** Come decidete come le risorse che ricevete, compresi i finanziamenti e il tempo dedicato ai volontari, sono assegnati ai diversi aspetti del vostro progetto? Questa ripartizione è equa e in linea con la vostra missione?
- **Impatto a lungo termine:** Quali misure avete adottato per garantire che i benefici del vostro progetto siano sostenibili e non creino dipendenza? Come pianificate l'impatto a lungo termine delle vostre iniziative?
- **Evitare danni:** Come si fa a ridurre i danni potenziali o le conseguenze indesiderate che possono derivare dal progetto? Esiste un modo adeguato per affrontare i dilemmi etici?

Project Partners



- **Coinvolgimento degli stakeholder:** Come coinvolgete e impegnate i vostri interlocutori, compresi i beneficiari, nel processo decisionale? Ascoltate il loro feedback e adeguate di conseguenza le vostre iniziative?
- **Onesta rappresentazione:** Il modo in cui si rappresenta il progetto al pubblico e ai donatori è onesto e trasparente? Si evitano le esagerazioni o le affermazioni fuorvianti sull' impatto?
- **Responsabilità ambientale:** L'iniziativa include pratiche responsabili dal punto di vista ambientale? Si stanno riducendo al minimo gli sprechi e l'impatto ambientale delle attività?
- **Conformità legale:** Siete a conoscenza e rispettate tutte le leggi e i regolamenti pertinenti nelle aree in cui operate? Come gestite le situazioni in cui i requisiti legali possono essere in conflitto con i principi etici?
- **Salari e compensi equi:** Come determinare un giusto compenso per i dipendenti, i volontari e i partner coinvolti nella vostra iniziativa? State affrontando eventuali disparità?
- **Inclusività:** Quanto è inclusiva la vostra iniziativa in termini di razza, genere, capacità e altri fattori di diversità? State lavorando attivamente per superare i pregiudizi e promuovere la diversità e l'inclusione?

Queste domande possono servire da punto di partenza per stimolare discussioni e considerazioni etiche tra gli studenti impegnati in iniziative di imprenditoria sociale. Gli insegnanti possono adattarli e ampliarli per promuovere un pensiero critico più profondo e una consapevolezza etica nelle loro classi.

Project Partners



5. Ispirare il cambiamento sociale

5.1. Iniziative di successo nel settore dell'imprenditoria sociale

L'imprenditorialità sociale ha fatto notevoli progressi negli ultimi anni, con importanti iniziative che sono state viste sia a livello globale che locale. Gli esempi di successo delle iniziative di imprenditoria sociale che seguono sono forse i più noti e mostrano un'ampia gamma di iniziative che affrontano varie sfide sociali. Essi incorporano modelli e approcci di business diversi, ma condividono un impegno comune per creare un impatto sociale positivo.

TOMS Shoes: fondata nel 2006 da Blake Mycoskie, TOMS è un ottimo esempio di imprenditoria sociale. Con ogni acquisto di scarpe, un paio viene donato a un bambino bisognoso - questo approccio commerciale "One for One" combina profitto e beneficio sociale, stabilendo TOMS come marchio globale rinomato nel settore delle imprese sociali. TOMS ha ormai esteso il suo campo d'azione ad altri settori oltre le calzature, ma continua a operare secondo un modello di attività "One for One". È un'organizzazione a scopo di lucro con una componente caritatevole. L'impresa è alla ricerca di persone che condividano i suoi valori e le sue idee e offre sovvenzioni per assisterle. Sta ampliando la sua portata esplorando varie categorie come abbigliamento, accessori e tecnologia, anche in diverse regioni. Per mantenere un modello di business sostenibile, è essenziale continuare a creare e sviluppare nuovi prodotti che attirino clienti da tutto il mondo. Inoltre, TOMS dovrebbe vigilare per garantire che le sue azioni siano conformi al suo impegno One for One. Il trionfo di TOMS nell'utilizzare i social media per diffondere la propria narrazione e attrarre un pubblico colossale potrebbe essere altrettanto pregiudizievole per la sua reputazione e la struttura aziendale complessiva se sorgono preoccupazioni di conformità e moralità, nonché una gestione inadeguata dei social media (Naeini, et al., 2015).

Grameen Bank: Fondata dal premio Nobel per la pace Mohamed Yunus in Bangladesh, questa banca fornisce microprestiti a persone povere, in particolare donne, aiutando nella creazione di piccole imprese. Grazie al microcredito, la banca ha aiutato milioni di persone a uscire dalla povertà sin dalla sua fondazione nel 1976, dimostrando l'influenza dell'inclusione finanziaria nelle imprese sociali. Il microcredito, noto anche come microbanking o microfinanza, è un modo per fornire credito, spesso sotto forma di piccoli prestiti senza richiedere garanzie, a mutuatari che non si adattano ai profili di prestito tradizionali. Ciò include le persone nelle aree rurali o poco sviluppate che possono non avere accesso ai servizi finanziari. Grameen è diventata una banca indipendente nel 1983. Ha sede a Dhaka, in Bangladesh, e ha più di 2.200 filiali in tutto il paese. L'approccio di Grameen si è rivelato un modo

Project Partners





efficace per aiutare i poveri. Fornendo loro opportunità di aiutare se stessi, Grameen è diventato un simbolo di un mezzo efficace per aiutare i poveri. Si noti che oltre il 97% dei beneficiari del programma di prestiti della Grameen sono donne (Britannica, n.d.).

Fair Trade USA: Fondata nel 1998 da Paul Rice, la Fair Trade USA verifica che gli articoli siano conformi alle norme di produzione morali. L'organizzazione garantisce che i fornitori, in particolare quelli dei paesi in via di sviluppo, ottengano una giusta remunerazione per i loro prodotti. Questa azione ha trasformato il consumismo morale e ha avuto un impatto positivo sul benessere di numerosi lavoratori. Dalla sua fondazione, l'organizzazione no-profit ha ampliato il mercato del caffè Fair Trade Certified™ da zero al cinque per cento dell'industria del caffè nel Regno Unito. Il caffè del commercio equo e solidale è diventato sempre più popolare con le principali catene di caffè come Starbucks e Dunkin' Donuts. Uno dei punti di forza del commercio equo e solidale negli Stati Uniti è la sua missione di responsabilizzare le comunità locali offrendo opportunità e benefici a coloro che sono svantaggiati. La società ha una lunga esperienza nella fornitura di servizi di certificazione, nonché di audit, consulenza e formazione. La buona reputazione dell'azienda sul mercato ha fatto sì che gli agricoltori ottenessero margini di profitto più elevati dalla vendita dei loro prodotti all'azienda. Ciò ha portato a una riduzione della povertà per gli agricoltori e i lavoratori. Tali pratiche hanno descritto l'azienda come affidabile e affidabile. Oggi, più di 2 milioni di agricoltori e lavoratori partecipano a Fairtrade in tutto il mondo. Il sistema Fairtrade comprende oltre 100 paesi e il marchio Fairtrade è presente su più di 37.000 prodotti (www.fairtradeamerica.org, n.d.; www.thecasesolutions.com, n.d.).

The Big Issue: Fondato nel 1991 da John Bird e Gordon Roddick, The Big Issue è un giornale venduto dai senzatetto per guadagnare denaro. Così, The Big Issue è un'impresa sociale che aumenta la consapevolezza circa i senzatetto. La vendita dei giornali può anche dare lavoro ai senzatetto, poiché guadagnano vendendo le riviste e la pubblicità. La Big Issue Foundation è un'organizzazione di beneficenza appartenente all'organizzazione Big Issue Company Ltd. Il suo obiettivo è sostenere gli sforzi dell'azienda per affrontare le cause alla radice del problema dei senzatetto. Con edizioni in tutto il Regno Unito e in altre nazioni, è un esempio di impresa sociale che affronta un problema sociale vitale. Inoltre, dal 2005 hanno investito 400 milioni di sterline in oltre 500 imprese sociali (www.bigissue.com, n.d.).

Teach For All: Basato sul modello Teach For America creato da Wendy Kopp, Teach For All è un gruppo di organizzazioni a livello mondiale con l'obiettivo di offrire un'eccellente istruzione nelle aree

Project Partners



svantaggiate. Selezionando e istruendo laureati eccezionali per insegnare nelle scuole svantaggiate, questo progetto affronta le disparità educative in numerosi paesi. Assumono leader diversi e di talento dalle loro nazioni per insegnare in aree svantaggiate per un minimo di due anni. Supportano e formano questi leader a collaborare con le famiglie e i membri della comunità per raggiungere obiettivi comuni per il successo degli studenti. Questi leader continuano a lavorare con altri educatori, alleati e comunità per migliorare la qualità dell'istruzione per gli studenti e apportare i cambiamenti sistemici necessari affinché tutti i bambini possano avere successo. La rete mondiale di dipendenti, educatori, ex studenti e sostenitori si scambiano idee per accelerare lo sviluppo reciproco ed amplificare il loro impatto collettivo (teachforall.org, s.d.).

Patagonia: Questa azienda di abbigliamento outdoor, fondata da Yvon Chouinard, è all'avanguardia nelle pratiche commerciali sostenibili. La Patagonia dona una percentuale dei suoi profitti a cause ecologiche, impiega materiali riutilizzati e incoraggia i consumatori ad acquistare meno. Il loro forte impegno nei confronti dell'ambiente e dell'etica ha fatto sì che i clienti fossero fedeli. Più precisamente, Patagonia si è impegnata a donare l'1% del suo fatturato per sostenere i gruppi ambientalisti dal 1985 attraverso il One Percent for the Planet, un gruppo che Yvon Chouinard ha aiutato a fondare. Per sensibilizzare l'opinione pubblica sugli effetti ambientali della moda, l'azienda ha lanciato campagne di marketing. Inoltre, fornisce servizi di riparazione per i vecchi articoli e facilita programmi di riciclaggio o scambio. Common Threads Partnership, una piattaforma all'asta online che permette la vendita diretta di abbigliamento usato Patagonia, è stata fondata dalla società nel 2015 (en.wikipedia.org, n.d.).

Le iniziative di cui sopra sottolineano l'importanza dei modelli aziendali sostenibili, con un impegno genuino per un impatto sociale e ambientale positivo, in quanto apportano metodiche uniche al primo posto nel panorama del l'imprenditoria sociale. Essi servono come esempi ispiratori per le future generazioni di imprenditori sociali, evidenziando i diversi modi in cui le imprese possono guidare il cambiamento sociale, raggiungendo un grande successo finanziario.

5.2. Identificare problemi e soluzioni sociali reali

Ma come possono gli studenti identificare i veri problemi sociali che potrebbero aiutare a affrontare?

Incoraggiare gli studenti a riconoscere i problemi sociali tangibili e a partecipare alla loro soluzione è una componente fondamentale dell'educazione all'imprenditoria sociale. Per aiutare gli studenti in questo compito, alcune linee guida sono fornite qui di seguito.

Project Partners





- **Osservazione ed empatia:** Incoraggiare gli studenti a osservare attentamente il loro ambiente, le comunità e il mondo in generale. Promuovere la compassione esortandoli a immaginarsi nelle situazioni altrui, tenendo conto delle difficoltà, dei requisiti e delle preoccupazioni che le persone hanno.
- **Ricerca e comprensione:** Gli studenti dovrebbero iniziare dalla ricerca e dall'acquisizione di una comprensione completa degli argomenti che sono importanti per loro. Possono utilizzare risorse online, libri, articoli e documentari per informarsi bene su diverse questioni sociali.
- **Coinvolgimento della comunità locale:** Il coinvolgimento con la comunità locale è un'ottima opportunità per gli studenti per riconoscere sfide significative. Gli studenti possono aiutare le organizzazioni comunitarie come volontari, parlare con la gente del posto e assistere alle loro sfide.
- **Brainstorming e ideazione:** Per aiutarli a trovare soluzioni creative a questi problemi, incoraggiare gli esercizi di brainstorming. È di vitale importanza creare un'atmosfera che sostenga il pensiero innovativo in questo senso, promuovendo approcci non convenzionali rispetto a quelli tipici.
- **Coinvolgimento degli stakeholders:** Anche i relatori ospiti e le visite ai settori pertinenti sono strumenti utili. Invitare oratori che affrontino attivamente questioni sociali. Visitare organizzazioni senza scopo di lucro, imprese sociali e iniziative comunitarie per avere spunti pratici e ispirazione.
- **Valutazione dei bisogni:** Gli studenti potrebbero condurre una valutazione delle esigenze per capire le specifiche esigenze della comunità o del gruppo interessato dal problema. Ciò comporta una comunicazione diretta con il pubblico di riferimento per individuare le loro esigenze più urgenti.
- **Collaborazione:** La collaborazione è fondamentale per risolvere problemi sociali complessi. Gli studenti dovrebbero collaborare con gruppi vicini di altre scuole, istituzioni educative o leader locali che stanno già lavorando sul problema.
- **Prototipi e soluzioni di test:** Un coinvolgimento reale consentirà loro di verificare la praticità e l'efficacia delle loro soluzioni in situazioni reali. Per testare i propri concetti, gli studenti possono costruire prototipi o condurre progetti di prova.
- **Valutazione dell'impatto sociale:** Istruire gli studenti su come valutare l'influenza positiva dei loro piani, compresi i risultati costruttivi che forniscono alla comunità.

Project Partners





- **Feedback e adeguamento:** Evidenziare l'importanza di ottenere un feedback dal quartiere e di essere pronti a fare modifiche. Il perfezionamento delle loro iniziative sulla base del feedback è un aspetto essenziale del processo.
- **Ampliamento:** Se gli studenti possono lanciare con successo i loro progetti su piccola scala, dovrebbero considerare metodi per estenderli e raggiungere un risultato più significativo. Ampliare i progetti può comportare la ricerca di maggiori risorse o la collaborazione con altre organizzazioni.
- **Sostenibilità:** La sostenibilità dovrebbe essere presa in considerazione, inducendoli a pensare alla fattibilità a lungo termine del loro progetto. Come possono garantire che i loro sforzi abbiano un effetto positivo duraturo anche quando non sono direttamente coinvolti?

Guidando gli studenti attraverso queste pratiche e incoraggiandoli ad affrontare i veri problemi sociali, si coltiverà la crescita di futuri imprenditori sociali che promettono di promuovere il cambiamento affermativo all'interno dei loro quartieri e oltre.

Project Partners



6. Coinvolgere gli studenti nei progetti di imprenditoria sociale

6.1. Progetti pratici con esempi

I seguenti progetti pratici possono consentire agli studenti di creare un impatto sociale positivo affrontando una varietà di questioni locali e globali, dal coinvolgimento della comunità, all'istruzione e alla salute. Così, attraverso questi progetti, gli studenti possono imparare mentre fanno una differenza significativa.

- **Giardino della comunità scolastica**

La scelta di un luogo adatto nel parco della scuola e l'assegnazione di spazi per coltivare una varietà di frutta, verdura ed erbe è il primo passo per creare un giardino scolastico comunitario. Gli studenti possono lavorare insieme per pianificare, piantare e mantenere il giardino durante tutto l'anno. Insegnando pratiche di giardinaggio sostenibili, compostaggio e conservazione delle acque, questo progetto promuove la responsabilità ambientale. Promuove anche il lavoro di squadra, mentre gli studenti lavorano insieme per mantenere il giardino, monitorare la crescita delle piante e prendere decisioni su cosa coltivarle. I prodotti raccolti possono essere venduti a scuola o in un mercato locale, e il ricavato può essere utilizzato per sostenere le banche alimentari locali, i rifugi per senzatetto o altre iniziative di sostenibilità. Oltre a fornire cibo fresco e coltivato localmente alla comunità, questo progetto dà agli studenti un senso di orgoglio e realizzazione mentre vedono l'impatto positivo dei loro sforzi sull'ambiente e su coloro che ne hanno bisogno.

- **Programma di tutoraggio per i giovani**

Avviare un programma di mentoring per i giovani consente agli studenti di affrontare questioni critiche legate alle disparità educative e alla mancanza di orientamento per i giovani a rischio. Gli studenti che intraprendono questo progetto diventano loro stessi mentori e progettano un curriculum completo che si concentra su argomenti come il sostegno accademico, l'orientamento professionale e lo sviluppo personale. Organizzano eventi e workshop nell'ambito della scuola o della comunità locale e invitano gli studenti più giovani a partecipare. Attraverso queste interazioni, i mentori aiutano i loro allievi ad affrontare le sfide della scuola e della vita fornendo preziosi consigli, sostegno e motivazione. Questo progetto non solo rappresenta un beneficio per i giovani che ricevono il tutoraggio, ma fornisce anche agli studenti mentori capacità di leadership e interpersonali ed evidenzia l'importanza dei modelli

Project Partners



positivi e il potenziale degli studenti di fare la differenza nella vita dei loro coetanei. Contribuisce, inoltre, a supportare un ambiente di apprendimento più inclusivo e stimolante, promuovendo una cultura del tutoraggio e del sostegno.

- **Iniziative di sostegno tecnologico per gli anziani**

Molti anziani hanno difficoltà nell'uso della tecnologia per connettersi con i propri cari e accedere ai servizi essenziali. Gli studenti possono offrire workshop di alfabetizzazione digitale agli anziani della loro comunità. Gli studenti possono sviluppare un'iniziativa di sostegno tecnologico per colmare questo divario generazionale. Possono fornire formazione individuale su come utilizzare gli smartphone, i social media e i servizi online per promuovere l'inclusione digitale e ridurre l'isolamento sociale tra gli anziani. Le somme raccolte da questi workshop possono essere indirizzate a iniziative che migliorano la qualità della vita per gli anziani, come il miglioramento delle strutture di cura o fornire programmi ricreativi. Questo progetto promuove l'inclusione digitale, il legame intergenerazionale e il sostegno della comunità.

- **Mercato agricolo della comunità locale**

Gli studenti possono organizzare un attivo mercato agricolo con prodotti della comunità locale nel proprio campus scolastico, creando un luogo di incontro per agricoltori locali, artigiani e la comunità in generale. I produttori locali possono vendere prodotti freschi, artigianato e articoli di artigianato, favorendo le connessioni tra consumatori e imprese locali. Progetti comunitari, come la costruzione di parchi giochi, il sostegno ai rifugi locali o il finanziamento di iniziative educative, possono ricevere una parte dei proventi delle vendite. Questo progetto promuove l'imprenditorialità attraverso il rafforzamento degli agricoltori e degli artigiani locali, incoraggiando la partecipazione delle comunità e contribuendo a rendere sostenibili le imprese locali.

- **Distribuzione di cibo locale**

Gli studenti possono prendere l'iniziativa di organizzare una raccolta locale di alimenti non deperibili all'interno della comunità scolastica. Possono affrontare l'insicurezza alimentare nella comunità locale distribuendo gli oggetti raccolti alle famiglie bisognose. Lavorando con le banche alimentari locali e le organizzazioni della comunità, gli studenti assicurano che i prodotti donati raggiungano coloro che ne hanno più bisogno. Questo progetto promuove l'empatia, il coinvolgimento della comunità e l'importanza di affrontare le esigenze immediate della comunità.

Project Partners



- **Costruzione di una biblioteca per l'infanzia**

studenti possono identificare un'area non servita nella loro comunità, in particolare una che manca di una biblioteca, specialmente per i bambini. Per colmare questo divario educativo, gli studenti possono pianificare e raccogliere fondi per costruire una biblioteca per bambini. La biblioteca promuoverà l'alfabetizzazione e lo sviluppo educativo all'interno della comunità fornendo accesso a libri e risorse di apprendimento per i bambini. Questo progetto sottolinea il potere dell'istruzione, del coinvolgimento della comunità e dell'apprendimento permanente.

- **Creazione di libri per bambini**

In questo progetto, gli studenti danno sfogo alla loro creatività per scrivere e illustrare libri per bambini con uno scopo. Ogni libro si concentra su importanti questioni sociali come la diversità, l'empatia o la protezione ambientale. Gli studenti diventano non solo narratori, ma anche sostenitori del cambiamento sociale. Questi bellissimi libri non sono destinati ad essere confinati all'interno delle mura di una scuola. Gli studenti possono organizzare sessioni di lettura o donare i libri ad altre scuole, biblioteche o centri comunitari. Condividendo queste storie, essi mirano a infondere valori importanti e ispirare la generazione successiva per divenire essi stessi creatori di cambiamento.

- **Workshop sulla salute e il benessere**

Nel tentativo di promuovere stili di vita più sani, gli studenti possono progettare e fornire una serie di laboratori sulla salute e il benessere. In questi seminari si possono trattare argomenti quali l'alimentazione, la salute mentale e la forma fisica. Gli studenti possono rivolgersi a gruppi di età diversi e sottolineare l'importanza di fare scelte informate sul benessere personale. Il progetto mira a fornire agli individui le conoscenze e le competenze di cui hanno bisogno per dare priorità alla loro salute e promuovere una comunità più sana e informata.

- **Mostre d'arte socialmente consapevole**

Per aumentare la consapevolezza su importanti questioni sociali, gli studenti possono curare e ospitare una mostra d'arte socialmente consapevole. La mostra può presentare opere d'arte create da studenti e artisti locali che si concentra su questioni relative alla povertà, salute mentale, protezione ambientale e altre preoccupazioni urgenti. I soldi raccolti dalla vendita delle opere d'arte e dal biglietto di ingresso alla mostra possono essere donati a enti di beneficenza locali o utilizzati per finanziare iniziative scolastiche volte ad affrontare questi

Project Partners



problemi. Questo progetto mette in evidenza il potere delle arti come mezzo per esprimere e comunicare messaggi importanti, per aumentare la consapevolezza sociale e per raccogliere il sostegno della comunità per cause importanti.

- **Marchi di abbigliamento socialmente responsabili**

Questo progetto chiede agli studenti di creare un marchio di abbigliamento socialmente responsabile direttamente all'interno della scuola. Questa iniziativa è radicata nella sostenibilità, nell'etica e nella responsabilità sociale. Gli studenti sono coinvolti in ogni fase del processo, dalla progettazione di abiti ecologici all'approvvigionamento di materiali che aderiscono ai principi del commercio equo. Il progetto comprende anche aspetti quali catene di approvvigionamento trasparenti, produzione etica e considerazione dell'impatto ambientale. Oltre a promuovere il consumismo consapevole e la moda sostenibile, il progetto ha un elemento filantropico. Una parte dei profitti derivanti dalla vendita dell'abbigliamento può essere utilizzata per sostenere un'organizzazione di beneficenza in linea con la missione del marchio. In alternativa, questi profitti possono finanziare progetti scolastici che affrontano questioni sociali urgenti. Attraverso questi sforzi, gli studenti imparano lezioni preziose sulle pratiche commerciali etiche, la tutela ambientale e l'importanza di utilizzare il commercio come forza per un cambiamento positivo. Quando gli studenti vedono l'impatto tangibile che il loro marchio può avere sulla comunità e sul mondo, questa esperienza pratica ispira un profondo senso di responsabilità sociale.

- **Negozio di beneficenza gestito da giovani**

Gli studenti possono creare un negozio di beneficenza gestito dagli studenti stessi proprio nel campus della loro scuola, creando un centro per il coinvolgimento della comunità per donare ciò che non si usa più. Il negozio funge da punto di raccolta per i prodotti donati, che possono variare dall'abbigliamento e gli accessori, ai libri e agli articoli per la casa. Gli studenti fanno di tutto, dalla selezione e determinazione dei prezzi delle donazioni al visual merchandising e alla gestione del negozio. Oltre a sviluppare una comprensione della responsabilità sociale, il progetto fornisce competenze pratiche nella gestione del commercio al dettaglio e nell'imprenditoria. I profitti delle vendite non sono tenuti per se stessi, ma vengono donati a enti di beneficenza locali o a progetti comunitari che affrontano questioni urgenti. Attraverso questo sforzo, gli studenti sviluppano un senso più profondo di empatia, imparano l'importanza del coinvolgimento della comunità e capiscono come piccoli sforzi collettivi possono avere un

Project Partners



impatto positivo significativo. Il progetto Youth Charity Shop è un esempio tangibile di come i giovani possano contribuire attivamente a migliorare la vita degli altri e della loro comunità nel suo complesso.

- **Workshop educativi guidati dai giovani**

Gli studenti possono progettare e offrire workshop educativi a studenti più giovani o alla comunità in generale su argomenti che li appassionano, come la protezione dell'ambiente, l'alfabetizzazione digitale o la salute mentale. Fondi raccolti da questi workshop possono sostenere programmi educativi locali o iniziative relative al tema del workshop. Questo progetto incoraggia la leadership, la condivisione delle conoscenze e l'educazione della comunità.

- **Rivista sull'Impatto Sociale**

Il progetto, che consente agli studenti di diventare giornalisti investigativi, ruota attorno alla creazione di una rivista scolastica con un'attenzione particolare per l'imprenditoria sociale e il suo impatto sulle questioni comunitarie. Gli studenti assumono il ruolo di giornalisti e scrittori, ricercando imprenditori sociali locali e le loro imprese. Intervistano questi imprenditori per conoscere in prima persona i loro percorsi, i loro successi e le sfide che hanno superato. La rivista diventa un punto di riferimento per mettere in mostra queste storie notevoli e discutere i problemi reali che questi imprenditori stanno affrontando. Attraverso articoli, interviste e immagini vivaci, la rivista informa, ispira e mette in evidenza il potenziale dell'imprenditoria sociale nel risolvere le sfide della società.

- **Podcast riguardanti problemi sociali**

Gli studenti si immergono nel mondo dell'audio storytelling e del giornalismo, intraprendendo un viaggio per creare una serie di podcast dedicati a diverse questioni sociali. Fanno ricerca, scrivono sceneggiature, sviluppano abilità intervistando e imparano a lavorare con esperti, attivisti e leader della comunità. Questi podcast possono dare voce a questioni critiche che potrebbero essere state trascurate, contribuendo a sensibilizzare e guidare il cambiamento. Oltre a acquisire competenze di produzione multimediale, gli studenti imparano il potere di una comunicazione efficace e di sostegno attraverso un mezzo moderno e accessibile.

- **Film documentari sull'impatto sociale**

Il cinema diventa uno strumento potente per gli studenti, che possono mettere in evidenza questioni sociali urgenti o il notevole lavoro degli imprenditori sociali locali. Gli studenti

Project Partners



scelgono un tema o un imprenditore sociale da presentare e iniziano a creare la loro narrazione. Armati di macchine fotografiche e capacità di editing, catturano interviste, storie della vita reale e filmati che catturano l'essenza del soggetto scelto. Il documentario mira a educare, ispirare e incoraggiare gli spettatori ad agire, dimostrando come il cinema può essere un catalizzatore per il cambiamento sociale. È un progetto che combina ricerca, narrazione e produzione cinematografica, culminando in un potente mezzo visivo che promuove un mondo migliore.

- **Aste di beneficenza gestite da giovani**

Questo progetto dinamico mette gli studenti in prima linea nella pianificazione di eventi, marketing e raccolta fondi per una causa degna. Organizzando un'asta di beneficenza, raccolgono oggetti donati dalla comunità, che vanno da opere d'arte e oggetti da collezione a servizi o esperienze. Non si tratta solo del l'evento in sé, ma di sviluppare strategie per attirare i partecipanti, creare entusiasmo e generare interesse nell'asta. Gli studenti acquisiscono esperienza diretta in materia di negoziazione, marketing e comunicazione. L'asta funge da piattaforma di raccolta fondi e i soldi raccolti vanno a sostenere le organizzazioni benefiche locali. È una dimostrazione tangibile di come l'imprenditorialità può creare un impatto sociale positivo, mentre gli studenti acquisiscono competenze essenziali in gestione di eventi e filantropia.

6.2. Collaborazione con i principali stakeholders

Il coinvolgimento degli studenti nell'imprenditoria sociale si estende al di fuori della classe grazie alla collaborazione con una vasta gamma di parti interessate. Per il successo e la sostenibilità dei progetti a impatto sociale, questi partenariati sono essenziali. Ecco alcuni modi per lavorare con le principali parti interessate al fine di massimizzare l'impatto positivo delle iniziative degli studenti:

- **Coinvolgimento della comunità locale:** Coinvolgere la comunità locale chiedendo loro di contribuire, sostenere e partecipare. Ciò può essere fatto organizzando riunioni pubbliche, sondaggi o eventi per la comunità. Gli studenti possono garantire che le loro iniziative rispondono a esigenze reali e sono ben accolte coinvolgendo i membri della comunità nella pianificazione e attuazione dei progetti.
- **Istituzioni educative:** Lavorare con altre scuole, collegi o organizzazioni educative della zona. L'impatto dei progetti di imprenditoria sociale può essere aumentato condividendo risorse,

Project Partners



conoscenze e migliori pratiche. Gli studenti possono imparare e interagire con i loro coetanei di diverse istituzioni, contribuendo ad ampliare le loro prospettive.

- **Organizzazioni no-profit:** Collaborare con organizzazioni locali senza scopo di lucro che si allineano agli obiettivi del progetto. Queste organizzazioni possono fornire preziose informazioni, risorse e sostegno e spesso hanno esperienza nel trattare questioni sociali specifiche. Esse possono anche offrire opportunità di tutoraggio agli studenti.
- **Imprese locali:** Costruire relazioni con le imprese locali che possono essere in grado di fornire finanziamenti, risorse o competenze. Alcune di loro possono essere disposte a sponsorizzare progetti o fornire esperienze di lavoro, consentendo agli studenti di acquisire esperienza pratica e imparare dai professionisti che lavorano.
- **Enti pubblici e governativi:** Lavorare con i funzionari governativi o pubblici che sono interessati alle questioni sociali che gli studenti stanno affrontando. Questi soggetti possono essere una fonte di consulenza e orientamento sulle sfide normative e politiche. Possono anche essere fonti di sovvenzioni o opportunità di finanziamento.
- **Leader e influencer della comunità locale:** Mettersi in contatto con i leader della comunità, gli attivisti e gli influencer che possono contribuire a sensibilizzare e sostenere le iniziative guidate dagli studenti. Il loro sostegno può cambiare la situazione per quanto riguarda la visibilità e l'impatto dei progetti.
- **Mentori and esperti:** Cercare dei mentori ed esperti in materia che possano fornire orientamento e tutoraggio agli studenti del progetto. Questi individui possono aiutare gli studenti a sviluppare strategie e soluzioni efficaci condividendo le loro conoscenze ed esperienze.
- **Canali di comunicazione e media:** Per aumentare la consapevolezza dei progetti e del loro impatto, utilizzare i media locali, le stazioni radio e i canali di comunicazione. Più parti interessate e sostenitori possono essere attratti alla causa attraverso la copertura mediatica.
- **Rete di ex-studenti:** Lavorare con le reti di ex studenti delle istituzioni educative. Gli ex studenti possono offrire opportunità di orientamento, tutoraggio e finanziamento se hanno esperienza nel settore dell'imprenditoria sociale o in settori correlati.
- **Fondazioni locali e organizzazioni che erogano sovvenzioni:** Esplorare i partenariati con fondazioni locali e organizzazioni che erogano sovvenzioni incentrate sull'impatto sociale e lo

Project Partners





sviluppo della comunità. Le borse di studio e il sostegno finanziario per i progetti degli studenti possono essere disponibili presso queste organizzazioni.

La collaborazione con i principali stakeholder non solo aumenta l'impatto dei progetti di impresa sociale condotti dagli studenti, ma migliora anche l'esperienza educativa. Questo permette agli studenti di connettersi con la comunità più ampia, imparare dai professionisti e costruire una rete di supporto che può portare a un cambiamento positivo sostenibile.

Project Partners



Approcci all'insegnamento dell'imprenditorialità

1. Visione d'insieme

Nel mondo in rapida evoluzione di oggi, coltivare le capacità imprenditoriali è fondamentale per gli studenti per navigare tra le complessità della forza lavoro moderna. Questo modulo si addentra in strategie pedagogiche che trascendono i metodi di insegnamento tradizionali, sottolineando la necessità di apprendimento esperienziale e applicazione nel mondo reale. Gli educatori esploreranno approcci innovativi alla progettazione del curriculum, garantendo un'esperienza di apprendimento completa che copre le conoscenze teoriche e le intuizioni pratiche. Il modulo approfondisce anche gli aspetti cruciali della valutazione, incoraggiando gli insegnanti ad adottare metodi di valutazione dinamici che rispecchino il percorso imprenditoriale.

Inoltre, il modulo esplora l'entusiasmante regno della creazione di ambienti di apprendimento interattivi, con un focus speciale sulla gamification, uno strumento potente per coinvolgere gli studenti e migliorare le loro capacità di problem solving. Viene esaminato il ruolo del l'insegnante come facilitatore, fornendo spunti per guidare gli studenti attraverso progetti imprenditoriali e adottando approcci di mentoring e coaching. Poiché le sfide sono intrinseche nel paesaggio imprenditoriale, il modulo si conclude con consigli pratici per aiutare gli educatori a superare gli ostacoli e creare un'atmosfera di apprendimento vivace e favorevole. Questo percorso completo consente agli insegnanti di promuovere uno spirito di innovazione e resilienza nei loro studenti, preparandoli alle sfide e alle opportunità del mondo imprenditoriale.

Obiettivi formativi

- ✓ Comprendere le diverse strategie pedagogiche adatte all'educazione all'imprenditorialità.
- ✓ Progettare un curriculum completo che comprenda l'ideazione, la pianificazione aziendale e le competenze pratiche.
- ✓ Allineare le componenti del curriculum con obiettivi di apprendimento chiari per un'esperienza educativa coesa.
- ✓ Padroneggiare le tecniche di valutazione per valutare efficacemente le competenze imprenditoriali.
- ✓ Esplorare metodi per creare ambienti di apprendimento coinvolgenti e interattivi, compresa la gamification.

Project Partners



- ✓ Apprendere strategie per facilitare i progetti imprenditoriali e guidare gli studenti nel processo di creazione dell'impresa.
- ✓ Implementare gli approcci di mentoring e coaching per sostenere gli studenti nel loro percorso imprenditoriale.
- ✓ Ottenere consigli pratici per superare le sfide comuni associate all'insegnamento dell'imprenditorialità.

2. Strategie pedagogiche per l'educazione all'imprenditorialità

L'imprenditorialità può essere intesa in vari modi. In senso lato, è l'atteggiamento di una persona che ha la creatività e la capacità di partecipare attivamente alla vita socioeconomica. In un contesto più ristretto, è anche la capacità e la disponibilità a avviare e gestire la propria attività, soprattutto se basata su una consapevolezza e su attività pro-ecologiche. L'imprenditorialità è un fattore chiave che influenza lo sviluppo socioeconomico di varie aree geografiche (Dorocki & Rachwał, 2011).

Le direttive contemporanee dello sviluppo della civiltà, che si basano sulla costruzione di un'economia basata sulla conoscenza e sulla formazione di una società dell'informazione, impongono la necessità di aggiornare costantemente il processo educativo a tutti i livelli di insegnamento (Borowiec et al., 2009; Ziolo 2009). Ciò è necessario per garantire che gli obiettivi, i contenuti, i metodi e i risultati attesi dall'istruzione scolastica siano adeguati alle sfide della preparazione delle giovani generazioni alla vita nel mondo di oggi. Ciò significa preparare gli studenti a trovare ed eseguire il lavoro sia come dipendenti a tempo pieno che come lavoratori autonomi, attraverso la capacità di progettare, avviare e gestire la propria attività (Kurek & Rachwał 2010b; Rachwał, 2019).

L'obiettivo di un'istruzione completa è lo sviluppo completo del singolo. Per raggiungere questo obiettivo, è necessario utilizzare vari metodi educativi tra cui varie strategie che hanno un impatto olistico su tutte le sfere dell'attività umana, i.e. la loro attività intellettuale, emozionale e pratica (Łazowska, 2005). Metodi di insegnamento tradizionali (es. lezioni, lavoro con il testo) dovrebbero essere soltanto complementari ai metodi di attivazione.

La strategia di associazione della conoscenza e i suoi metodi di alimentazione sono utili per introdurre nuovi temi e spiegare vari fenomeni e relazioni. La conoscenza viene trasmessa sotto forma di informazioni pronte a essere ricordate e apprese. Scegliere questa strategia solo quando si è sicuri che

Project Partners



gli studenti non saranno in grado di trovare la conoscenza da soli perché il compito è troppo difficile per loro per raggiungere l'obiettivo.

La strategia basata sui problemi si basa sull'acquisizione indipendente di conoscenze da parte degli studenti che cercano soluzioni corrette nel processo dell'attività creativa. Questa strategia è consigliabile quando si desidera stimolare gli studenti ad agire e sviluppare le loro capacità cognitive, nonché i loro interessi. Gli studenti fanno domande, creano ipotesi e risolvono problemi.

La strategia emotiva si basa su metodi di attivazione, il cui scopo è quello di stimolare la sfera emotiva dello studente, che nel processo di acquisizione della conoscenza permetterà la formazione della personalità e dei propri valori e aiuta a ricordare efficacemente il contenuto vissuto. L'insegnante utilizza musica, illustrazioni e immagini per questo scopo.

La strategia operativa (pratica) viene utilizzata nel l'insegnamento delle materie professionali. Gli studenti acquisiscono conoscenze e sviluppano abitudini attraverso l'azione. Durante l'apprendimento vengono utilizzati esercizi pratici, lezioni di laboratorio e tutte le attività che consentono il trasferimento della teoria nella pratica professionale (Okoń, 1987).

Le strategie pedagogiche nell'istruzione all'imprenditorialità dovrebbero basarsi su metodi di apprendimento attivo che enfatizzino il coinvolgimento degli studenti risolvendo problemi reali e acquisendo esperienza. Il programma di formazione imprenditoriale dovrebbe utilizzare il maggior numero possibile di metodi attivi - interessanti, emotivamente coinvolgenti, incoraggiando gli studenti a pensare e ad agire in modo indipendente.

Attivare i metodi sono modi di agire che aiuteranno gli studenti:

- Ad approfondire i loro interessi,
- acquisire nuove conoscenze,
- stimolare la creatività,
- comunicare, discutere e scambiare opinioni

Un insegnante che utilizza metodi di attivazione cambia il suo attuale ruolo di insegnante esperto e diventa un consigliere, animatore, partner, osservatore e partecipante al processo didattico.

Metodo della Flipped classroom (flipped classroom-classe capovolta): Il metodo si basa sul l'ipotesi che gli studenti imparino le questioni teoriche a casa - prima della lezione pianificata. I creatori del

Project Partners



metodo, Bergmann e Sams (2012), hanno deciso di registrare la parte teorica sotto forma di video che gli studenti avrebbero guardato, preso appunti e preparato domande sul problema. La lezione è destinata all'uso pratico delle conoscenze acquisite. L'inizio della lezione è il momento di spiegare contenuti incomprensibili, poi agli studenti vengono dati compiti pratici da completare passare dalla teoria alla pratica. L'insegnante sostiene gli studenti durante il loro lavoro, fornisce ulteriori spiegazioni e osserva il processo di insegnamento. Bergmann e Sams (2012) ritengono che, utilizzando questo modo di lavorare, gli studenti ricevono un insegnamento su misura per le loro esigenze individuali. È anche possibile combinare questo metodo con altre tecniche di insegnamento, come la discussione, il dibattito o il brainstorming.

Giochi didattici: I giochi didattici, sia basati su computer che online, sono molto apprezzati dagli studenti come metodo di insegnamento efficace. Grazie a loro, gli studenti possono imparare vari campi di conoscenza in un modo che è piacevole e divertente per loro. Vale la pena notare che molti di questi giochi sostengono efficacemente lo sviluppo di un atteggiamento imprenditoriale, capacità di risparmio, processo decisionale e insegnano ad essere responsabili (Sptawska-Murmyło & Wawryszuk, 2017).

In linea con la piega presa dallo sviluppo educativo, che prevede l'utilizzo di meccanismi di gioco per facilitare il processo di apprendimento (gamification), si propone anche di utilizzare siti web popolari come Kahoot! o Quizizz, per il divertimento educativo. L'incorporazione delle basi di educazione aziendale nel curriculum per i bambini di età 8 e oltre può avere molti benefici. Questo è il periodo in cui i bambini sviluppano le loro capacità cognitive e imparano concetti fondamentali. Introdurre la conoscenza della gestione finanziaria, del risparmio, degli investimenti e della comprensione dei meccanismi economici può prepararli a comprendere meglio e ad affrontare gli aspetti finanziari in futuro.

Metodo della simulazione: Uno dei metodi che possono essere utilizzati nell'insegnamento dell'imprenditorialità è la simulazione della gestione di un'impresa propria mediante l'uso di giochi strategici virtuali. Questi tipi di giochi consentono agli studenti di sperimentare diversi modi di agire, aumentano il loro coinvolgimento, permettono l'analisi dei risultati delle attività e promuovono atteggiamenti attivi e creativi. Per condurre efficacemente l'educazione imprenditoriale, devono essere soddisfatti alcuni criteri. Questa forma di insegnamento dovrebbe aumentare il livello di comprensione della realtà economica e tener conto dei vari aspetti dell'imprenditorialità, che consentirà la

Project Partners



condivisione di contenuti diversi. Vale la pena di postulare che l'educazione all'imprenditorialità dovrebbe essere basata sulla risoluzione dei problemi come approccio didattico e integrare elementi del l'apprendimento mediante l'azione, in linea con l'approccio "learning-by-doing" (San Tan & Ng, 2006). Grazie a questo metodo, gli studenti sviluppano la loro sensibilità e imparano a pensare in modo produttivo. Questo metodo può essere utilizzato durante l'attuazione delle seguenti parti del materiale didattico: comunicazione interpersonale, negoziati, investimento razionale e risparmio (trasferimento fittizio di una certa somma agli studenti per investimenti in borsa, prendere decisioni sull'acquisto e la vendita di titoli e registrare i profitti o le perdite sostenute) e ricerca attiva di lavoro (intervista simulata sul lavoro) (Kwiatkowski & Musiałkiewicz, 2019).

Project-based method: Il metodo basato sul progetto è un metodo in cui gli studenti svolgono autonomamente il compito presentato. L'insegnante definisce solo la struttura del progetto. Lo scopo di questo metodo è sviluppare la capacità degli studenti di pianificare e organizzare il proprio lavoro, raccogliere e selezionare informazioni, risolvere problemi, lavorare in gruppo, prendere decisioni, valutare e comunicare. Lavorare con questo metodo è un processo graduale (Brudnik, et al., 2000):

- Far comprendere agli studenti come utilizzare il metodo e fornire l'argomento del compito.
- Sviluppare le istruzioni per il progetto: obiettivi, compiti e scadenze per la loro realizzazione, persone responsabili.
- Attuazione del progetto - raccolta e analisi delle informazioni.
- Esecuzione di compiti parziali e preparazione del rapporto.
- Presentazione del progetto.
- Valutazione del progetto.

Il metodo basato su progetti per l'insegnamento delle basi del l'imprenditorialità può essere applicato a vari aspetti del materiale didattico, come la gestione delle finanze personali o la gestione della propria impresa. Quando si utilizza questo metodo per imparare a creare un'impresa, in base alle capacità e agli interessi degli studenti, un gruppo di studenti può preparare un progetto su una singola impresa, mentre altri gruppi di studenti che sono più talentuosi e interessati al tema possono lavorare su progetti su società a responsabilità limitata, società in nome collettivo o società in accomandita semplice (Kwiatkowski & Musiałkiewicz , 2019). L'idea del progetto può essere basata, per esempio, sulla promozione di atteggiamenti pro-ecologici. Per questo scopo, diversi progetti ecologici possono essere organizzati nei locali della scuola, rivolti a studenti, genitori e insegnanti della scuola, per incoraggiare

Project Partners



e persuadere altre scuole e asili, i residenti della città e le organizzazioni dell'ambiente locale per partecipare ad attività, azioni ed eventi. Tali attività comprendono campagne ecologiche, eventi ecologici, concorsi ecologici, produzione di film ecologici, preparazione di opuscoli ecologici e lezioni per altri studenti. Un altro esempio di progetto educativo che può essere utilizzato è un progetto di imprenditoria sociale, il cui obiettivo è coinvolgere gli studenti in attività per la scuola e la comunità locale, per creare legami con l'ambiente e sostenere iniziative interessanti degli studenti (Gorzeńska e Radanowic, 2019).

Lo studio di casi è un metodo molto spesso utilizzato nell'insegnamento dell'imprenditorialità. Comporta l'acquisizione indipendente di nuove conoscenze basate su ricerche sul campo e su materiali di partenza. Un elemento importante di questo metodo è la formulazione di conclusioni dopo lo studio del caso. Lo studio di un caso permette di creare idee, concetti, imparare a relazionarsi e creare teorie che spieghino un dato caso. Vale la pena di coinvolgere i professionisti nell'istruzione nel campo dell'imprenditoria sociale ed ecologica. Non si tratta solo di rappresentanti delle organizzazioni non governative, ma anche di istituzioni coinvolte nello sviluppo del settore ecologico e di imprenditori che operano in vari settori (dalla creatività alla produzione).

Brainstorm: Un metodo di insegnamento attivo che permette di sviluppare e migliorare le idee del gruppo. Il suo grande vantaggio è la facilità di preparazione. Il brainstorming si articola in tre fasi:

I. Introduzione: la prima fase inizia con il presentatore che pone una domanda o un problema. Poi l'insegnante prepara il gruppo in merito al problema che devono risolvere (si può usare un discorso o una lezione) e condivide con il gruppo le regole di partecipazione al brainstorming. Si prega di osservare le seguenti regole:

- Ogni studente ha il diritto di presentare un numero qualsiasi di idee.
- È il numero, non la qualità, delle idee che è importante.
- Le idee non possono essere valutate, criticate o commentate da nessuno.
- Si possono usare le idee già presentate, modificarle o svilupparle.
- L'autore dell'idea non è menzionato.
- Le idee possono essere le più audaci e ridicole.
- Il leader della sessione dà la parola.
- Le idee dovrebbero essere trascritte, possibilmente su un quaderno (scegliamo un segretario). In un'altra variante, per garantire il pieno anonimato, le idee vengono

Project Partners



presentate su fogli di carta separati. Il segretario (studente) raggruppa i fogli di carta in accordo con la soluzione globale.

II. Proposta di idee: gli studenti propongono delle idee per risolvere questo problema. La sessione dura 5-15 minuti. La sua fine è segnata da una significativa diminuzione del numero di idee presentate o dalla decisione dell'insegnante che il materiale raccolto è sufficiente per continuare la lezione e risolvere il problema.

III. Analisi delle idee: le soluzioni vengono valutate solo dopo che tutte le proposte sono state presentate. Vi è una discussione su ogni soluzione e la sua valutazione. Insieme all'insegnante, gli studenti scelgono le soluzioni più appropriate al problema posto dall'insegnante e giustificano la loro posizione. La soluzione migliore viene implementata e verificata per l'efficacia (Gorzeńska & Radanowic, 2019).

Dibattiti il cui compito è quello di discutere una tesi specifica. In un dibattito, è vietato insultare o ridicolizzare gli oratori avversari. Il dibattito si svolge come segue:

La tesi del dibattito è una dichiarazione che costituisce la base per la discussione. La definizione di questa dichiarazione sarà determinata dal primo oratore del dibattito.

- Ci sono due squadre, una delle quali supporta una determinata affermazione e l'altra prende la posizione opposta.
- Il team che sostiene la dichiarazione deve spiegarla.
- Il dibattito è guidato da un giudice.
- Il dibattito si conclude con discorsi di chiusura da entrambe le parti che riassumono i loro punti di vista.

Il dibattito aiuta a sviluppare competenze quali: parlare in modo comprensibile, persuasivo e comunicativo, nonché la capacità di parlare in modo logico e trasparente. La capacità di cooperare con gli altri e la capacità di cooperare all'interno di un team è cruciale (Gorzeńska & Radanowic, 2019)..

Metodo SWOT: Il metodo è uno strumento con cui è possibile analizzare e riconoscere i propri punti di forza e di debolezza (Punti di forza - Punti deboli), nonché le opportunità e le minacce esistenti e potenziali (Opportunità - Minacce) provenienti dall'esterno.

Rispondere a queste domande:

Project Partners





- Punti di forza - Quali sono i tuoi punti di forza? Cosa fa meglio il team di progettazione?
- Punti deboli - Cosa può migliorare il team di progetto? Che cosa gli altri vedranno come punto debole del team? Perché le persone potrebbero non essere interessate al progetto?
- Punti di forza - opportunità: potete contare sul sostegno e sulla promozione nella comunità locale? Potete usare le TIC per avviare un'impresa?
- Minacce - Quali problemi potrebbero sorgere? È necessario un contributo finanziario per iniziare?

Video didattici: metodo didattico il cui compito primario è quello di fornire conoscenze o introdurre l'argomento. Possono essere utilizzati sotto forma di:

- brevi filmati introduttivi al tema, il cui scopo è quello di diventare un pretesto per la discussione;
- incontri cinematografici;
- un tipo di evento che è anche un pretesto per discussioni, workshop e ulteriori attività (Korzeńska & Radanowic, 2019).

Project Partners



3. Creazione di ambienti di apprendimento interattivi

Nel creare un ambiente di apprendimento interattivo per l'istruzione all'imprenditorialità, gli istruttori possono sfruttare varie metodologie. Incorporando elementi multimediali, come video, podcast e presentazioni interattive, si migliora l'impegno e si adatta a stili di apprendimento diversi. Le discussioni di gruppo e le attività di risoluzione dei problemi simulano scenari reali, incoraggiando gli studenti a collaborare, a usare il brainstorming e affrontare le sfide collettivamente. Allestimenti dinamici in aula, in cui gli studenti partecipano attivamente alla progettazione e all'esecuzione di progetti, amplificano l'aspetto dell'apprendimento esperienziale, rafforzando l'applicazione pratica dei principi imprenditoriali.

L'integrazione della tecnologia e delle risorse online offre ricchezza di informazioni e opportunità di apprendimento. Le piattaforme di e-learning e le aule virtuali facilitano l'apprendimento flessibile, tenendo conto delle diverse esigenze degli studenti. I webinar organizzati da esperti del settore espongono gli studenti alle attuali dinamiche di mercato e alle tendenze emergenti. L'accesso a database e strumenti di ricerca online consente agli studenti di condurre analisi approfondite, promuovendo una mentalità orientata alla ricerca. Inoltre, utilizzando i social media e siti web imprenditoriali dedicati si crea una comunità virtuale, consentendo agli studenti di condividere idee, intuizioni e risorse con i loro pari a livello globale.

La creazione di gruppi e attività extrascolastiche incentrate sull'imprenditorialità sono fondamentali per incentivare un ecosistema imprenditoriale olistico. Questi gruppi offrono uno spazio per gli studenti affinché possano partecipare attivamente a workshop, conferenze e progetti pratici, rafforzando le conoscenze teoriche con applicazioni pratiche. Concorsi a tema imprenditoriale, hackathon e sfide per le start-up alimentano una concorrenza e un'innovazione favorevoli. Programmi di tutoraggio, in cui gli imprenditori esperti guidano gli studenti nello sviluppo di idee imprenditoriali, offrono preziose intuizioni e opportunità di networking. Coinvolgendo attivamente gli studenti nella pianificazione e organizzazione di queste attività, le scuole possono infondere capacità di leadership e un senso di proprietà, contribuendo alla mentalità imprenditoriale generale.

Project Partners



3.1. Gamification

La gamification, se utilizzata in modo strategico, trasforma l'istruzione in un'esperienza immersiva e dinamica. Non solo migliora la comprensione del soggetto, ma infonde anche abilità critiche per la vita, rendendo l'apprendimento un percorso piacevole. Incorporando elementi del mondo dei giochi, gli educatori possono sbloccare il pieno potenziale dei loro studenti, promuovendo un atteggiamento positivo nei confronti dell'apprendimento e della risoluzione dei problemi.

La gamification è l'uso di strategie e meccanismi noti dai giochi per scopi diversi dall'intrattenimento (Kozłowska, 2016). Si tratta di un metodo che utilizza elementi tipici del gioco, come la concorrenza, la cooperazione e il feedback rapido, per coinvolgere gli utenti e risolvere vari problemi. La gamification si basa sull'uso di tecniche di motivazione che sono legate all'analisi dei dati (Strużyna & Kania K, 2016).

Il gioco è un concetto centrale nel contesto della gamification. Il gioco rappresenta una simulazione dell'ambiente economico e sociale in cui i partecipanti prendono decisioni che influenzano la modifica delle condizioni nell'ambiente e modellano le scelte future dei partecipanti (Bombiak & Cisek, 2019). Gli elementi che costruiscono il meccanismo di gioco includono punti, distintivi, livelli, sfide, premi (Bombiak & Cisek, 2019).

Gli istituti scientifici e di ricerca, come le imprese, si adattano alle condizioni del mercato in rapida evoluzione utilizzando strategie di marketing avanzate, compresa la gamification, che aiutano a mantenere ed espandere la propria reputazione sulla base di strette interazioni con i clienti. Attraverso la gamification, trasferiamo meccanismi e soluzioni dai giochi alla vita quotidiana dei clienti in modo da coinvolgere maggiormente il gruppo target e motivarlo a compiere azioni specifiche che finiranno per creare un attaccamento al marchio pubblicizzato (Wrona K., 2012). Tre pilastri possono garantire il successo della gamification (Starzyński, 2012):

- Divertimento – piacere, soddisfazione,
- Amici – l'opportunità di divertirsi nella comunità, stabilire contatti, cooperare, competere,
- Feedback – ricevere un rapido feedback sulle azioni intraprese dal giocatore.

Gli elementi più importanti della gamification:

- Premi, come punti o voti scolastici, dovrebbero essere assegnati quando un obiettivo viene raggiunto.

Project Partners



- Bisogna ricordare che la ricompensa non dovrebbe essere una fine.
- Il sistema di ricompensa dovrebbe essere equo e riguardare tutti gli studenti, non solo quelli che mostrano iniziativa o creatività.
- Le ricompense dovrebbero essere assegnate in più fasi; bisogna introdurre livelli o distintivi nel sistema di ricompensa per il completamento delle sfide successive o dei risultati raggiunti dal giocatore.
- Tutti i punti, distintivi o premi ottenuti per le fasi successive della sfida dovrebbero motivare lo studente e incoraggiarlo a fare sforzi ancora maggiori in competizione con altri utenti.
- Bisogna garantire che la concorrenza che si crea tra gli studenti sia mantenuta a un livello sano e che i genitori siano coinvolti nei compiti il meno possibile - che i lavori o i progetti siano preparati principalmente dagli studenti, non dai genitori.

I meccanismi acquisiti dai giochi possono essere uno strumento molto efficace per stimolare la motivazione e l'impegno, che sono cruciali nel processo di raggiungimento del successo educativo. Ciò è particolarmente importante perché l'introduzione di forme innovative di trasferimento delle conoscenze, valutazione e metodi creativi per incoraggiare l'interesse nello sviluppo e nell'apprendimento apre nuove opportunità e prospettive (Zakowicz & Sochacka, 2017).

La gamification nell'istruzione non si basa sull'uso dei giochi stessi, ma sull'uso di meccanismi che regolano il gioco e influenzano il comportamento dei giocatori. Questa idea mira a far emergere la motivazione interna e la disponibilità a compiere sforzi significativi, che sono spesso osservati tra i partecipanti. Introdurre la gamification a scuola nelle singole classi (materie) non è facile, richiede - soprattutto all'inizio - molto lavoro aggiuntivo da parte dell'insegnante. Bisogna sviluppare lo scopo del gioco, stabilire le sue regole, obiettivi e anche le regole per valutare gli studenti. Il modo più semplice per introdurre la gamification nell'istruzione è quello di utilizzare i giochi nelle classi.

Tuttavia, se lo scopo del gioco è solo il divertimento senza aspetti cognitivi, è difficile parlare di vera gamification. La gamification inizia quando usiamo un gioco come strumento di apprendimento. Cosa possiamo imparare? Attraverso i giochi, possiamo insegnare il lavoro di squadra, la gestione del tempo, contenuti specifici in matematica, geografia, economia e altri campi. Un esempio interessante è il gioco EVE Online, che permette di creare società virtuali impiegando migliaia di giocatori. Gli insegnanti che si occupano di economia e gestione e i formatori nelle imprese spesso usano questo gioco come strumento pratico per testare le conoscenze acquisite (Sobociński, 2012). Un'altra simulazione di

Project Partners



business molto popolare è il gioco Farmersi.pl, che insegna come utilizzare le conoscenze economiche in pratica e insegnare agli studenti l'imprenditorialità.

Altri tipi di giochi che possono essere utilizzati nella lezione:

- Giochi di finzione - imitando il mondo reale.
- Giochi di scoperta - ti permettono di scoprire qualcosa e capire le relazioni.
- Giochi che coinvolgono il corpo - pratica di abilità motorie, velocità, riflessi, ecc.
- Giochi operativi - l'obiettivo è quello di eseguire un compito specifico.
- Giochi da tavolo
- Task stations
- Quiz
- Escape rooms

Compiti campione:

- Gli studenti - dopo aver appreso le regole, i vantaggi e le possibili perdite - partecipano a un gioco il cui scopo è "investire" denaro, ad esempio alla borsa o in fondi di investimento selezionati. Gli studenti hanno la stessa quantità di denaro "virtuale", che essi investono virtualmente in fonti selezionate. Tuttavia, in seguito osservano il loro denaro virtuale investito realmente nell'operazione che hanno scelto. Gli studenti possono "ritirare" i loro contributi e "investirli" altrove. L'obiettivo del gioco è quello di ottenere il massimo profitto dal vostro capitale. Possono anche "depositare" denaro in depositi selezionati, che è una forma più sicura.
- Prima di procedere all'investimento bisognerà trovare il denaro necessario, analizzando le compagnie di prestito, la redditività, ecc.
- Al termine dello stage, gli studenti compilano "le loro" dichiarazioni dei redditi.

Un'altra idea per l'uso della gamification nell'imprenditoria sociale è un compito relativo alla raccolta di cibo per animali e altri accessori necessari agli animali in un rifugio. Gli studenti e l'insegnante decidono quali saranno i premi per le singole attività. Le mansioni comprendono non solo risposte individuali, ma anche lavoro di squadra, per esempio la realizzazione di collage o progetti su un determinato argomento. Invece di punti, gli studenti raccolgono dadi. L'insegnante valuta non solo le conoscenze e il lavoro di un determinato studente, ma anche il suo approccio alla cooperazione in un gruppo e al rispetto delle regole del lavoro con gli altri. Alla fine del mese (previo accordo con i genitori

Project Partners



e i rappresentanti dei genitori), ogni allievo scambia il numero dei dadi raccolti per il cibo o altri accessori necessari al rifugio. Per introdurre un ulteriore elemento educativo, creiamo un negozio speciale a scuola e un listino prezzi di tali elementi, in cui il numero di dadi corrisponde al prezzo del cibo o una coperta. Dopo lo shopping, i ragazzi, insieme a una determinata classe o fascia di età, vanno a portare i prodotti al rifugio. Oltre all'obiettivo di imparare e ottenere dadi che potrebbero essere scambiati per il cibo, gli studenti e l'insegnante hanno raggiunto l'obiettivo di sviluppare un atteggiamento positivo verso il mondo, le persone e gli animali durante tali classi.

Un'altra applicazione della gamification nel processo educativo è quella di cambiare il sistema di valutazione passando dai voti tradizionali a guadagnare punti e livelli. Durante il corso i metodi di insegnamento rimangono invariati, ma introduciamo alcuni "meccanismi e dinamiche di gioco" che motivano gli studenti a fare esperienza e la necessità interna di raggiungere livelli più alti. Vale la pena arricchire la lezione con elementi presi dai giochi, come: compiti e punti aggiuntivi; compiti speciali; vite aggiuntive e la possibilità di perderli quando non completiamo determinati comandi e compiti.

Le componenti principali dei compiti e dei giochi utilizzati nella gamification nell'istruzione:

- Raccolta punti, distintivi, oggetti.
- classifiche - quando uno studente vede quanti punti i suoi amici hanno raccolto, si impegna ancora di più, è importante che le classifiche siano aggiornate costantemente.
- livelli - passare o entrare nel livello successivo è molto attraente per lo studente e fornisce un feedback maggiore rispetto all'ottenimento di punti individuali, anche se non c'è nulla che impedisca a entrambi i sistemi - punti e livelli - di lavorare insieme.
- obiettivi - gli studenti devono sapere per cosa stanno combattendo e qual è l'obiettivo del gioco.
- sfide - il gioco sarà molto più attraente se i compiti impostati non sono troppo facile, ma piuttosto impegnativi.
- ideare e assumere un ruolo - le storie sono un elemento che piace molto agli studenti in molte fasi dell'istruzione, e quando diventano partecipanti di una data storia, assumono un ruolo, diventano creatori, e non rimangono solo al livello dei destinatari, il compito è molto più interessante per loro.

Project Partners



4. Progettazione di un programma di studi per l'imprenditorialità

4.1. Strutturazione di un programma completo di studi imprenditoriali

La strutturazione di un curriculum imprenditoriale completo richiede una pianificazione e un'integrazione accurata dei vari elementi per offrire un'esperienza di apprendimento olistica. Di seguito è riportato un elenco di alcune pratiche utili che gli insegnanti possono prendere in considerazione:

- **Valutazione dei bisogni:** Iniziare con la realizzazione di una valutazione dei bisogni per capire i requisiti specifici e gli interessi degli studenti. Individuare le lacune nelle conoscenze, le competenze e gli interessi in materia di imprenditorialità.
- **Moduli di apprendimento sequenziale:** progettare il curriculum in modo sequenziale, introducendo concetti fondamentali prima di passare a argomenti più avanzati. Iniziare con i principi di base dell'imprenditorialità e approfondire gradualmente settori quali la pianificazione aziendale, il marketing, la finanza e l'imprenditoria sociale.
- **Mappatura del curriculum:** Mappare il curriculum per garantire una copertura equilibrata di argomenti essenziali relativi all'imprenditorialità. Può includere la generazione di idee, la pianificazione aziendale, l'alfabetizzazione finanziaria, il marketing, l'etica e l'imprenditorialità sociale.
- **Project-based Learning:** incorporare esperienze di apprendimento basate su progetti in cui gli studenti possono applicare concetti imprenditoriali in scenari del mondo reale. Ciò può comportare lo sviluppo di piani aziendali, la creazione di prototipi e l'esecuzione di attività commerciali simulate.
- **Integrazione interdisciplinare:** integrare concetti di imprenditorialità in varie materie come la matematica, le scienze e gli studi sociali. Questo approccio interdisciplinare aiuta gli studenti a vedere l'interconnessione dell'imprenditorialità con altri campi e migliora la loro comprensione olistica.
- **Relatori ospiti e visite di industrie:** invitare oratori ospiti provenienti da diversi ambienti imprenditoriali a condividere le loro esperienze. Pianificare visite alle industrie presso imprese locali o organizzare visite virtuali per fornire agli studenti informazioni pratiche sull'imprenditorialità.

Project Partners



- **Seminari e workshop interattivi:** condurre seminari e workshop interattivi che si concentrano su aspetti specifici dell'imprenditorialità. Possono includere strategie di marketing, pianificazione finanziaria e considerazioni legali.
- **Inserimento della tecnologia:** sfruttare la tecnologia per migliorare l'apprendimento. Utilizzare risorse online, applicazioni legate all'imprenditorialità e strumenti virtuali per rendere il curriculum dinamico e pertinente all'era digitale.
- **Sfide e concorsi imprenditoriali:** organizzare sfide o concorsi imprenditoriali in cui gli studenti possono mostrare le loro idee innovative e le loro capacità di risoluzione dei problemi. Ciò favorisce uno spirito di sana competizione e incoraggia la creatività.
- **Aspetti di etica e responsabilità sociale:** sottolineare l'importanza del comportamento etico nell'imprenditoria. Discutere studi di casi che evidenziano dilemmi etici e il processo decisionale, preparando gli studenti a confrontarsi con le sfide etiche che possono incontrare.
- **Valutazione e feedback:** sviluppare una strategia di valutazione completa che includa sia valutazioni formative che sommative. Fornire un feedback costruttivo per guidare gli studenti nel migliorare le loro capacità imprenditoriali.
- **Percorsi di apprendimento flessibili:** riconoscere che gli studenti hanno stili e preferenze di apprendimento diversi. Offrire percorsi di apprendimento flessibili, che consentano loro di esplorare aree di interesse nell'imprenditorialità.
- **Sviluppo professionale continuo:** incoraggiare gli insegnanti a impegnarsi in uno sviluppo professionale continuo per rimanere aggiornati sulle tendenze e le pratiche attuali dell'imprenditorialità. Ciò assicura che il curriculum rimanga pertinente e dinamico.
- **Impegno della comunità:** incoraggiare gli studenti a mettere in pratica le loro capacità imprenditoriali per il miglioramento della comunità. Iniziative come progetti comunitari, raccolte fondi o partenariati con imprese locali possono fornire esperienze pratiche e infondere un senso di responsabilità sociale.

In conclusione, la strutturazione di un curriculum globale per l'imprenditorialità degli insegnanti scolastici implica un approccio multiforme che va al di là della tradizionale istruzione prescolastica. Adottando moduli di apprendimento sequenziale, integrando esempi reali e incorporando attività interattive, gli insegnanti possono favorire una comprensione olistica dell'imprenditorialità tra gli studenti. Integrazione interdisciplinare, relatori ospiti e visite alle industrie arricchiscono l'esperienza di apprendimento, collegando le conoscenze teoriche alle applicazioni pratiche. Sfruttare la tecnologia

Project Partners



e le diverse strategie di valutazione mantiene il curriculum dinamico e si allinea alle esigenze in evoluzione dell'era digitale. Considerazioni etiche, miglioramento continuo e coinvolgimento della comunità aumentano ulteriormente l'impatto del curriculum, promuovendo non solo le capacità imprenditoriali ma anche un senso di responsabilità sociale. Quando gli insegnanti utilizzano questo approccio educativo, ciò assicura che gli studenti si diplomino con una solida base, pronti a navigare nelle complessità dell'imprenditorialità con innovazione, integrità etica e impegno per un impatto sociale positivo.

4.2. Allineamento del curriculum agli obiettivi di apprendimento

Strutturando un curriculum imprenditoriale completo, gli educatori intraprendono un percorso dinamico di formazione della prossima generazione di pensatori innovativi, risolutori di problemi e leader aziendali. Questo processo è più che organizzare le lezioni; si tratta di creare un'esperienza educativa che fornisce agli studenti le conoscenze, le competenze e la mentalità essenziali per navigare nelle complessità dell'imprenditorialità. Mentre gli insegnanti approfondiscono questo sforzo, gettano le basi per promuovere la creatività, la resilienza e una profonda comprensione dei concetti di business tra i loro studenti. La strutturazione di un programma integrato di studi imprenditoriali implica una pianificazione ponderata, l'allineamento con gli obiettivi di apprendimento e l'impegno per l'adattabilità, garantisce che gli studenti non solo acquisiscano concetti teorici, ma anche coltivino l'acume pratico necessario per prosperare nel paesaggio imprenditoriale. Le seguenti pratiche approfondiscono l'arte e la scienza di strutturare un curriculum imprenditoriale che vada oltre i libri di testo, con l'obiettivo di alimentare la passione per l'innovazione e la risoluzione dei problemi nella mente degli aspiranti imprenditori.

- **Definire obiettivi di apprendimento chiari:** articolare chiaramente ciò che si desidera che gli studenti facciano per imparare. Gli obiettivi di apprendimento dovrebbero essere specifici, misurabili, realizzabili, pertinenti e con un termine preciso (SMART). Per esempio, se l'obiettivo è comprendere la gestione finanziaria, specificare se essa comprende il bilancio, la rendicontazione finanziaria o l'analisi degli investimenti.
- **Mappare gli obiettivi ai componenti del curriculum:** suddividere il curriculum in componenti quali lezioni, moduli o unità. Associare ciascun componente agli obiettivi di apprendimento corrispondenti. Ciò garantisce che ogni aspetto del programma possa contribuire al raggiungimento dei risultati di apprendimento desiderati.

Project Partners



- **Sequenziare le attività di apprendimento:** organizzare le attività di apprendimento in una sequenza logica che si allinei con la progressione delle competenze e conoscenze. Iniziare con concetti fondamentali prima di passare a argomenti più complessi. Per esempio, se l'obiettivo è sviluppare un business plan, gli studenti dovrebbero prima capire analisi di mercato, pianificazione finanziaria e considerazioni operative.
- **Selezionare metodi didattici appropriati:** scegliere i metodi didattici che si allineino con gli obiettivi di apprendimento. Se l'obiettivo è quello di migliorare il pensiero critico, incorporare attività come studi di casi, dibattiti o esercizi di problem solving. Adattare i metodi di insegnamento per soddisfare stili di apprendimento diversi.
- **Incorporare le valutazioni:** sviluppare valutazioni che misurino direttamente il raggiungimento degli obiettivi di apprendimento. Queste valutazioni possono includere quiz, progetti, presentazioni o esami. Garantire che i criteri di valutazione siano trasparenti e in linea con gli obiettivi specifici delineati negli obiettivi di apprendimento.
- **Fornire una guida chiara:** comunicare chiaramente gli obiettivi di apprendimento agli studenti. Spiegare la rilevanza di ciascun obiettivo e in che modo esso contribuisce alla comprensione generale e allo sviluppo delle competenze. Questa trasparenza aiuta gli studenti a capire lo scopo di ogni lezione e favorisce l'impegno.
- **Offrire strategie differenziate:** riconoscere la diversità delle capacità e degli stili di apprendimento degli studenti. Fornire istruzione o attività differenziate per soddisfare le varie esigenze di apprendimento. Ciò può comportare l'offerta di risorse aggiuntive, la fornitura di incarichi alternativi o l'incoraggiamento del l'apprendimento collaborativo.
- **Rivedere e modificare periodicamente:** valutare continuamente l'efficacia del curriculum nel raggiungimento degli obiettivi di apprendimento. Raccogliere il feedback degli studenti e riflettere sui risultati della valutazione. Se determinati obiettivi sono costantemente impegnativi per gli studenti, considerare l'adeguamento del curriculum o dei metodi di insegnamento per affrontare meglio tali aree.
- **Integrare con applicazioni reali:** collegare gli obiettivi di apprendimento alle applicazioni del mondo reale. Mostrare agli studenti come le conoscenze e le abilità che stanno acquisendo in classe sono rilevanti per situazioni pratiche. Gli oratori ospiti, le visite alle industrie o i casi di studio possono migliorare questo collegamento.

Project Partners



- **Allineamento con gli standard e i quadri di riferimento:** garantire che il curriculum sia in linea con gli standard e i quadri di riferimento dell'istruzione. Questo assicura che gli studenti soddisfino obiettivi educativi più ampi, preparandoli allo stesso tempo per le valutazioni standardizzate.

Seguendo questi passi, gli insegnanti possono creare un curriculum che non solo copre contenuti essenziali ma contribuisce anche attivamente al raggiungimento di obiettivi di apprendimento significativi.

5. Verifica & valutazione

La verifica svolge un ruolo centrale nell'istruzione all'imprenditorialità, fungendo da bussola che guida insegnanti e studenti lungo il percorso di acquisizione delle competenze e applicazione delle conoscenze. Nel dinamico panorama de l'imprenditorialità, in cui l'adattabilità, la creatività e la capacità di risolvere i problemi sono fondamentali, metodi di verifica efficaci vanno oltre gli esami tradizionali. Essi diventano il mezzo per valutare non solo la comprensione teorica dei concetti fondamentali, ma anche l'applicazione pratica di questi principi in scenari reali. Attraverso varie tecniche di verifica, gli insegnanti possono valutare le capacità imprenditoriali degli studenti, la loro mentalità e la loro disponibilità a navigare nelle complessità del mondo aziendale. Inoltre, le verifiche servono come strumenti potenti per promuovere la consapevolezza di sé, incoraggiare il miglioramento continuo e plasmare la mentalità imprenditoriale sottolineando la resilienza, il pensiero critico e una comunicazione efficace. In sostanza, l'uso strategico delle verifiche si allinea con gli obiettivi olistici della formazione imprenditoriale, dotando gli studenti delle competenze necessarie per il successo nelle loro future imprese.

Alcuni modi e tecniche utili per valutare i progressi degli studenti sono elencati di seguito:

Verifiche formative:

- **Osservazioni in classe:** osservare regolarmente gli studenti durante le attività collaborative, le discussioni o i lavori di progetto per valutare le loro capacità di lavoro di squadra, comunicazione e risoluzione dei problemi. Notare esempi di leadership, comunicazione efficace e contributi alle dinamiche del gruppo.

Project Partners



- **Peer Reviews:** Implementare le valutazioni tra pari, grazie alla quale gli studenti forniscono feedback costruttivi sui contributi dei loro coetanei. Ciò non solo favorisce la consapevolezza di sé, ma incoraggia anche la responsabilità per le prestazioni individuali e di gruppo.
- **Diari dove si trascrivono le proprie riflessioni:** incoraggiare gli studenti a scrivere diari nei quali possono esprimere le loro riflessioni sul percorso imprenditoriale intrapreso. Valutare la loro capacità di analizzare criticamente le sfide, proporre soluzioni creative e collegare esperienze a concetti teorici.

Verifiche Sommativ:

- **Piani aziendali:** valutare la comprensione degli studenti in merito ai concetti imprenditoriali attraverso lo sviluppo e la presentazione di piani aziendali completi. Valutare la loro capacità di articolare un'idea imprenditoriale valida, dimostrare la comprensione del mercato e creare un piano strategico.
- **Presentazione breve di un progetto (pitch):** Verificare le capacità di comunicazione e persuasione facendo presentare agli studenti le loro idee imprenditoriali a un gruppo. Valutare la loro capacità di trasmettere la validità della proposta, di rispondere alle domande e mostrare fiducia e passione.
- **Esami:** utilizzare gli esami tradizionali con un focus sulla teoria, assicurandosi che gli studenti comprendano i principi imprenditoriali fondamentali. Verificare la conoscenza dei concetti chiave, delle strutture e delle teorie.

Strumenti per la valutazione:

- **Esercizi di gioco di ruolo:** sviluppare scenari in cui gli studenti assumono diversi ruoli imprenditoriali (ad esempio, fondatore, investitore, cliente). Valutare la loro adattabilità, capacità di negoziazione e capacità decisionali in situazioni dinamiche e realistiche.
- **Simulazioni:** introdurre simulazioni di business o studi di casi che replicano sfide imprenditoriali reali. Valutare la capacità degli studenti di applicare le conoscenze teoriche per risolvere problemi pratici.

Valutazioni basate su progetti::

Project Partners



- **Progetti di ricerca:** assegnare progetti che comportano la creazione e la gestione di una piccola impresa. Valutare gli studenti sulla loro capacità di eseguire concetti imprenditoriali, prendere decisioni strategiche e fronteggiare le sfide.
- **Compiti di ricerca di mercato:** valutare le capacità analitiche e di ricerca assegnando progetti che richiedono agli studenti di condurre ricerche di mercato, analizzare i dati e proporre strategie aziendali attuabili sulla base delle loro scoperte.

Commenti esplicativi e liste di controllo:

- **Commenti esplicativi sulle competenze:** sviluppare commenti esplicativi che delineano specifiche capacità imprenditoriali (ad esempio, creatività, pensiero critico, assunzione di rischi). Fornire un quadro di valutazione dettagliato per le valutazioni formative e sommative, rendendo i criteri trasparenti agli studenti.
- **Liste di controllo:** creare liste di controllo per compiti o criteri specifici all'interno dei progetti. Ciò fornisce un modo sistematico per valutare i progressi degli studenti, assicurando che essi soddisfino i parametri predefiniti.

Portfolio:

- **Portfolio imprenditoriali:** Gli studenti compilano cartelle che mostrano il loro percorso imprenditoriale. Includere manufatti quali piani aziendali, riflessioni e prove dello sviluppo delle competenze. Valutare la profondità e l'ampiezza delle loro esperienze imprenditoriali.
- **Portfolio digitali:** utilizzare piattaforme online per consentire agli studenti di mostrare rappresentazioni multimediali dei loro progetti. Valutare la loro capacità di comunicare efficacemente attraverso vari mezzi e evidenziare gli aspetti chiave delle loro attività imprenditoriali.

Interviste e presentazioni:

- **Exit Interviews:** Condurre interviste in uscita in cui gli studenti riflettono sulla loro esperienza di apprendimento generale. Valutare la loro capacità di articolare l'impatto del curriculum imprenditoriale sulle loro competenze, mentalità e aspirazioni future.
- **Pitch Competitions:** Organizzare competizioni di pitch (brevi presentazioni) come valutazione sommativa. Valutare gli studenti in base alla loro capacità di articolare le idee, rispondere alle domande e dimostrare una comprensione completa dei concetti aziendali.

Project Partners





Feedback costante:

- **Sessioni di feedback regolari:** pianificare sessioni di feedback individuali o di gruppo per fornire una guida continua. Valutare la reattività degli studenti al feedback, la loro capacità di incorporare suggerimenti e l'impegno per il miglioramento continuo.
- **Feedback a 360 gradi:** Raccogliere i feedback di colleghi, istruttori e autovalutazione per offrire una visione olistica delle capacità e delle abilità imprenditoriali degli studenti. Utilizzare questo feedback completo per guidare l'ulteriore sviluppo e la definizione degli obiettivi.

Project Partners



6. Ruolo dell'insegnante come facilitatore

La formazione degli imprenditori è un processo desiderato da tutte le società oggi. Tuttavia, questo processo è abbastanza difficile. Per questo motivo, si può chiedere che la cultura imprenditoriale sia insegnata nelle scuole fin da l'infanzia e continuata fino all'ingresso del singolo nel mercato del lavoro. Se osserviamo il processo da questa prospettiva, gli insegnanti di oggi e di domani hanno compiti molto importanti nella creazione di questo clima. Le caratteristiche imprenditoriali degli insegnanti consentono loro di stare al passo con i cambiamenti in breve tempo e di sviluppare nuovi ambienti e metodi didattici. Secondo le definizioni di Neto et al. (2018), la capacità degli insegnanti di agire come imprenditori mentre svolgono i loro compiti è chiamata imprenditorialità insegnante.

Nello studio condotto da Yarım e Çelik (2020) con la partecipazione di 19 studenti volontari delle scuole superiori che studiano nel centro di Erzurum, sono state esaminate le opinioni degli studenti sulle qualifiche e i ruoli degli insegnanti odierni. I risultati della ricerca hanno rivelato che gli studenti accedono principalmente alle informazioni che usano nella vita quotidiana da Internet (siti web, blog, motori di ricerca, siti educativi, ecc.) e dagli account dei social media (Twitter, Instagram, Facebook, ecc.). I risultati della stessa ricerca mostrano che gli insegnanti di oggi utilizzano generalmente metodi basati sulla spiegazione diretta e la memorizzazione, e insegnano usando quello che conoscono. Conducono le lezioni in modo monotono, aderendo al curriculum, limitato solo alle ore di lezione, e conducono la valutazione allo scopo di classificare piuttosto che orientare.

Nello studio condotto da Akyürek e Şahin (2013), secondo gli insegnanti, il motivo per cui non si acquisiscono competenze imprenditoriali a livello sufficiente perché si evincono dei problemi come l'indifferenza dei genitori, un numero eccessivo di studenti, inadeguatezza degli strumenti educativi, inadeguatezza economica della scuola e dei requisiti di educazione fisica e formazione. Inoltre, si è concluso che gli insegnanti sono inadeguati nell'insegnamento delle competenze imprenditoriali. Nello studio di Bacanak (2013), si è concluso che gli insegnanti non hanno conoscenze sufficienti sul concetto di imprenditorialità, quindi hanno diverse teorie e pratiche nell'insegnamento delle competenze imprenditoriali ai loro studenti. Per questi motivi, gli studenti non considerano gli insegnanti sufficientemente qualificati e si aspettano nuovi ruoli e qualifiche da parte degli insegnanti. Questi ruoli includono essere un sostenitore, coach di vita, modello di ruolo, liberatore, terapeuta e amico. Le qualità sono state descritte dagli studenti come eque, armoniose, pertinenti, aperte alle critiche, in costante miglioramento e perfezionamento degli studenti, conoscendo la tecnologia e utilizzando

Project Partners



elementi di tecnologie dell'informazione nelle lezioni. È stato osservato che l'uso delle tecnologie digitali nel processo educativo aumenta la motivazione degli studenti e la concentrazione e consente loro di essere indipendenti nei propri pensieri. In questo modo si è stabilito che gli studenti sono più attivi durante il processo di insegnamento. Inoltre, è stato determinato che gli insegnanti con competenze digitali rendono il lavoro più facile, possono monitorare i progressi dello studente più facilmente e possono valutare le informazioni più facilmente (Selimi, 2018). Pertanto, è molto importante l'uso e lo sviluppo delle competenze digitali durante il processo educativo per sostenere le capacità imprenditoriali degli studenti. Gli insegnanti non dovrebbero solo trasferire le loro conoscenze accademiche ai propri studenti, ma anche fornire loro competenze imprenditoriali. Il fattore istruzione è considerato il più importante per aiutare i giovani a comprendere l'importanza dell'imprenditorialità e incoraggiare le loro intenzioni imprenditoriali (İrmiş e Barutçu, 2012).

Le caratteristiche personali degli insegnanti che possono contribuire a creare imprenditori di successo possono essere espresse come segue (Yılmaz e Sünbül, 2009):

- Capacità di pensiero creativo.
- Desiderio di lavorare ad alto livello.
- Coraggio, passione e determinazione.
- Capacità di stabilire relazioni di alto livello con le persone.
- Capacità di esprimersi per iscritto e verbalmente.
- Amore per ciò che fa e motivazione al lavoro.
- Essere pienamente capace di usare il subconscio e l'immaginazione .
- Attitudine a lavorare in gruppo e a gestire il lavoro di squadra.
- Avere una visione e una missione personali.
- Essere aperti e disposti a cambiare e trasformare.
- Capacità di agire con flessibilità e tolleranza.
- Personalità sincera, affidabile, empatica e divertente.
- Elevata capacità persuadere e convincere le persone.
- Capacità di gestione e leadership.
- Determinazione ed entusiasmo per portare a termine il lavoro.

La diffusione dell'imprenditorialità è molto importante per lo sviluppo tecnologico e sociale, nonché nel settore economico. Per questo motivo, l'aumento delle attività imprenditoriali, lo sviluppo di

Project Partners



ambienti in cui gli individui con personalità imprenditoriali possano esprimersi e l'assimilazione dell'imprenditorialità in ogni processo educativo emergono come una necessità.

6.1. Strategie per guidare gli studenti in progetti imprenditoriali

La creazione di un ambiente di apprendimento dinamico e coinvolgente per i progetti imprenditoriali richiede una guida strategica da parte degli insegnanti. Una strategia efficace è l'attuazione dell'apprendimento basato sul progetto (PBL), che consente agli studenti di applicare le conoscenze teoriche a scenari pratici e di promuovere la capacità di risolvere i problemi. Per esempio, in una classe di arti linguistiche, gli studenti potrebbero sviluppare un piano aziendale completo come parte di un progetto, integrando i principi imprenditoriali in varie materie.

I programmi di mentoring svolgono un ruolo cruciale mettendo in contatto gli studenti con gli imprenditori locali, fornendo preziose informazioni sul settore e offrendo una guida per affrontare le sfide del mondo reale. Integrare i principi imprenditoriali in varie materie promuove l'apprendimento interdisciplinare, illustrando come le competenze imprenditoriali siano applicabili in diversi settori.

Gli oratori ospiti e le visite sul campo sono componenti cruciali, che offrono un'esposizione diretta agli ambienti imprenditoriali. Questa interazione diretta consente agli studenti di assistere ai processi imprenditoriali, comprendere le operazioni quotidiane di un'azienda e interagire con i professionisti del settore.

Le sfide dell'innovazione sono fondamentali per incoraggiare gli studenti a pensare in modo creativo e a trovare soluzioni nuove. Queste sfide simulano problemi del mondo reale, spingendo gli studenti ad applicare il pensiero imprenditoriale per trovare soluzioni innovative. Contemporaneamente, la collaborazione di gruppo è enfatizzata attraverso progetti di gruppo, rispecchiando la natura collaborativa dell'imprenditorialità in cui diversi gruppi di competenze si riuniscono per raggiungere un obiettivo comune.

Le simulazioni di distribuzione delle risorse forniscono agli studenti una comprensione pratica degli aspetti finanziari, aiutandoli a comprendere il budget, la pianificazione finanziaria e il processo decisionale nel contesto di un'azienda. Inoltre, gli esercizi di pensiero critico sono progettati per affinare le capacità analitiche, una componente essenziale degli sforzi imprenditoriali.

Le opportunità di networking, sia all'interno che al di fuori della comunità scolastica, facilitano i collegamenti con gli ex studenti e i professionisti del settore. Queste connessioni possono fornire

Project Partners



preziose informazioni, tutoraggio e potenziali vie di collaborazione. Incoraggiare gli studenti a cercare e incorporare il feedback promuove una cultura del miglioramento continuo, insegnando loro a imparare dalle esperienze e a riflettere sulle loro idee.

Guidare gli studenti attraverso lo sviluppo completo di un piano aziendale, fornendo loro le competenze essenziali per l'imprenditorialità. Sfruttare la tecnologia migliora ulteriormente l'esperienza di apprendimento. Le piattaforme online e i giochi di simulazione possono essere impiegati per simulare scenari commerciali reali, consentendo agli studenti di testare le proprie strategie in un ambiente privo di rischi prima di entrare nel mercato reale.

Queste strategie creano collettivamente un ambiente interattivo e di sostegno, alimentando lo spirito imprenditoriale degli studenti, promuovendo una comprensione olistica dell'imprenditorialità e preparandoli alle sfaccettate sfide del mondo degli affari.

6.2. Approcci di tutoraggio e coaching

Gli efficaci approcci di mentoring e coaching su misura per i giovani imprenditori sono fondamentali per fornire orientamento e sostegno durante il loro percorso imprenditoriale. Una strategia di successo è l'istituzione di programmi di tutoraggio che accoppiano gli studenti con imprenditori o professionisti esperti nel campo scelto dagli stessi. Questi mentori offrono una guida personalizzata, condividono intuizioni e aiutano i giovani imprenditori a superare le sfide specifiche delle loro imprese. I programmi strutturati di mentoring possono includere incontri regolari, sessioni di definizione degli obiettivi e opportunità per gli allievi di chiedere consigli su questioni specifiche.

Un altro approccio consiste nell'incorporare il tutoraggio tra pari nella scuola o nella comunità. Ciò consente ai giovani imprenditori di condividere esperienze, scambiare idee e fornire un sostegno reciproco. Il tutoraggio tra pari favorisce un ambiente collaborativo in cui gli studenti imparano reciprocamente dai successi e dalle sfide, migliorando la loro capacità imprenditoriale complessiva. Progetti collaborativi e attività di gruppo possono rafforzare ulteriormente questi legami, incoraggiando lo scambio di prospettive diverse.

I workshop interattivi e le sessioni di formazione condotte da imprenditori esperti o da esperti del settore forniscono preziose conoscenze pratiche. Queste sessioni possono riguardare argomenti quali la pianificazione aziendale, le strategie di marketing, la gestione finanziaria e le capacità di

Project Partners





presentazione. I workshop non solo migliorano le competenze imprenditoriali degli studenti, ma offrono anche opportunità di rete con professionisti provenienti da vari settori.

Il coaching, in particolare in un contesto di gruppo, consente ai giovani imprenditori di ricevere sostegno e orientamento continui. I coach possono facilitare le discussioni, affrontare le preoccupazioni comuni e fornire strategie per superare gli ostacoli. Il coaching di gruppo crea una comunità di studenti, promuovendo un senso di esperienza condivisa e cameratismo tra i giovani imprenditori.

Incorporando studi di casi reali nel curriculum si consente agli studenti di analizzare i percorsi degli imprenditori di successo. Questi studi di casi fungono da strumenti didattici preziosi, offrendo informazioni sui processi decisionali, le sfide affrontate e le strategie impiegate dagli imprenditori esperti. L'analisi di tali casi aiuta gli studenti a sviluppare capacità di pensiero critico e una comprensione più profonda dell'ambiente imprenditoriale.

Incoraggiare gli studenti a cercare un'assistenza al di fuori del contesto scolastico, come il coinvolgimento con le camere di commercio locali, le reti imprenditoriali o le piattaforme online, amplia la loro visione. Il collegamento con una gamma diversificata di mentori offre una prospettiva più completa ed espone i giovani imprenditori a svariate intuizioni ed esperienze del settore.

Integrare la tecnologia può migliorare le iniziative di tutoraggio e coaching. Programmi di tutoraggio virtuale e piattaforme di coaching online offrono flessibilità e accessibilità, consentendo ai giovani imprenditori di connettersi con i mentori al di là dei vincoli geografici. Webinar, forum online e risorse digitali contribuiscono a un ambiente di apprendimento ricco.

Nel complesso, la combinazione di questi approcci di tutoraggio e coaching crea un solido sistema di sostegno per i giovani imprenditori. Sfruttando le competenze dei mentori, promuovendo la collaborazione tra pari, fornendo workshop pratici e utilizzando la tecnologia, gli educatori possono consentire agli studenti di intraprendere e affrontare il percorso imprenditoriale con fiducia e resilienza.

Project Partners



7. Superare le sfide

7.1. Sfide e difficoltà

L'imprenditorialità, che negli ultimi anni è emersa come un settore di competenza, è inclusa solo in una piccola parte dei programmi scolastici. Le vecchie metodologie, in cui l'insegnante era l'autorità e la conoscenza veniva appresa con mezzi classici, sono state gradualmente sostituite da metodologie in cui lo studente è attivo e partecipa al processo di apprendimento utilizzando le proprie capacità. Mentre questi metodi supportano le capacità imprenditoriali, sono emerse anche alcune difficoltà nel processo di acquisizione delle competenze imprenditoriali e le sfide e le difficoltà più significative sono le seguenti (Yurtseven e Ergün, 2018):

Per quanto riguarda gli elementi di base del programma:

- Mancanza di risultati e pratiche che consentano la partecipazione attiva degli studenti.
- Esempi concreti (esperienza) insufficienti nella vita reale, in cui gli studenti possono sviluppare le loro capacità imprenditoriali.
- Tempo insufficiente destinato ai risultati.
- Risultati, argomenti e attività astratti (soprattutto per quel che riguarda la scuola elementare).
- La corposità delle materie non consente al docente una grande flessibilità.
- Acquisizione delle conoscenze e attività non sono interessanti.
- Argomenti quali lo sviluppo di un progetto relativo all'imprenditorialità, la progettazione e lo sviluppo di un prodotto nuovo e originale, impresa, imprenditorialità, caratteristiche degli imprenditori, Innovazione e differenza non sono inclusi nei programmi di formazione o rimangono molto limitati.
- Non viene dedicato abbastanza tempo all'insegnamento di concetti quali "avere fiducia in se stessi, cogliere le opportunità, perseverare, assunzione di rischi, risoluzione dei problemi, leadership e creatività".

Secondo gli studenti:

- Gli studenti sono riluttanti a partecipare attivamente alla lezione.
- Gli studenti hanno capacità di auto-espressione e comunicazione inadeguate.
- Bassi livelli di preparazione degli studenti
- Anche se gli studenti sognano, non possono esprimerlo per paura di essere presi in giro.

Project Partners



Secondo gli insegnanti:

- Attività per gli studenti relative all'imprenditorialità non implementate a causa della preoccupazione non far studiare a sufficienza le materie, o non avere tempo sufficiente per queste attività.
- Mancanza di un adeguato orientamento per gli insegnanti riguardo allo sviluppo delle capacità imprenditoriali nei programmi.
- Insufficiente capacità imprenditoriale degli insegnanti.

Secondo le scuole:

- Insufficienza fisica/ambientale e di attrezzature della scuola.
- Difficoltà nell'ottenere materiale per gli eventi.
- Indifferenza dell'amministrazione scolastica/mancanza di atteggiamenti e comportamenti che supportano le attività.
- Classi numerose.
- Dare priorità al "successo accademico" nelle scuole e alla mancanza di pratiche che incoraggino l'imprenditorialità nella vita aziendale.

Secondo la società - le famiglie:

- Mancanza di consapevolezza e sostegno delle famiglie.
- Pressione sociale e ambientale, la società non è favorevole.
- Mancanza di collaborazione tra famiglia e scuola.
- Gli studenti crescono introversi sotto l'influenza della famiglia e della società e non possono esprimersi liberamente per paura di non essere accettati o criticati. Questi atteggiamenti influiscono negativamente anche sulla capacità degli studenti di diventare imprenditori.

7.2. Suggerimenti per superare le sfide

Un approccio positivo può contribuire in modo significativo a motivare e superare le sfide emergenti.

Ecco alcuni aspetti chiave da considerare:

- Definire gli obiettivi: il primo passo per superare la sfida è quello di definire chiaramente gli obiettivi. Questo aiuta a capire perché ci si deve sforzare per raggiungere gli obiettivi e quali benefici porterà il successo.

Project Partners



- **Atteggiamento positivo:** la mentalità conta molto. Invece di concentrarsi sugli ostacoli, bisogna concentrarsi sulle opportunità e le soluzioni. Invece di dire "non posso", bisogna dire a se stessi: "Ci proverò" o "troverò un modo".
- **Piano d'azione:** invece di considerare la sfida come qualcosa di enorme e irraggiungibile, scomporla in pezzi più piccoli e facili. Ciò renderà il compito più realizzabile e comprensibile.
- **Apprendimento esperienziale:** ogni sfida può essere un'opportunità di apprendimento. Anche se non si raggiunge il successo completo, si acquisiscono nuove esperienze e competenze che saranno utili in futuro.
- **Pazienza e perseveranza:** superare le sfide non è sempre facile o veloce. È importante essere pazienti e persistenti. Anche se si incontrano difficoltà, non bisogna arrendersi.
- **Successo interno:** ricordare che il successo non deve sempre essere misurato in termini di risultati esterni. Spesso la cosa più importante è la soddisfazione e la fiducia in se stessi che derivano dal superamento delle difficoltà. Provare a suddividere ogni sfida in pezzi più piccoli che possono essere completati, piuttosto che cercare di fare tutto in una volta. Questo può aiutare a seguire i progressi e identificare gli ostacoli dei progetti.

Il senso di fallimento degli studenti - il fallimento non è l'opposto del successo, ne fa parte. Ci insegna la resilienza, il coraggio, la crescita e il sostegno. Il fallimento è la pietra di mezzo per raggiungere tutti i nostri obiettivi. Ogni volta che si fallisce, c'è una probabilità al 100% che si imparerà qualcosa. È importante usare il fallimento come strumento didattico per migliorare se stessi e le proprie competenze.

Bisogna essere sicuri delle proprie capacità e considerare le sfide sul lavoro come opportunità! Se si perseguono degli standard elevati, le sfide e i fallimenti possono demotivare. Mentre non c'è niente di sbagliato nell'avere queste alte aspettative, il problema arriva quando ci si aspetta che tutto sia perfetto la prima volta. È molto meglio lavorare per il miglioramento continuo che verso una perfezione irrealistica che ci si impone. Non si può semplicemente ottenere tutto bene la prima volta. Quando si fa un errore, non bisogna essere duri con se stessi. Se si ha una naturale tendenza al perfezionismo, è molto probabile che si è una persona che lavora sodo. Si deve cercare di trasformare la situazione in una positiva. Se si cerca di fare del proprio meglio, quindi si raggiungeranno presto i propri obiettivi (Rachwał, 2019).

Project Partners



L'uso della tecnologia e di Internet comporta la questione della sicurezza online degli studenti. Senza dubbio, questa è una delle sfide educative più importanti e al tempo stesso più difficili degli ultimi anni. Per proteggerli dalle minacce, è necessario parlare con loro attentamente. Vale la pena affrontare costantemente questo problema nei contatti con i genitori (Fazlagić, 2022).

Il lavoro di un insegnante intraprendente è piacevole, rompe la routine, evita la noia, affascina e permette di scoprire tutto da capo. Talvolta si sperimenta stanchezza e incertezza. Come raccomandazioni derivanti dalle considerazioni di cui sopra, si può proporre il "decalogo del l'insegnante intraprendente" (Śliwińska, 2021):

- Essere positivi.
- Creare opportunità per vincere.
- Essere creativi.
- Spiegare perché gli studenti dovrebbero completare l'attività assegnata.
- Permettere che gli studenti lavorino in gruppo.
- Permettere loro di utilizzare strumenti digitali.
- Non esitare a lodare i propri studenti.
- Creare le condizioni per la sperimentazione.
- Modellare i comportamenti desiderati.
- Dire la verità.

Infine, ma non meno importante, il superamento delle sfide nell'insegnamento richiede un approccio multiforme. Ecco ulteriori suggerimenti per gli insegnanti per navigare e superare gli ostacoli in modo efficace:

- **Perseguire la flessibilità:** l'insegnamento è una professione dinamica e possono insorgere sfide inaspettate. Perseguire la flessibilità e l'apertura per modificare i propri piani quando necessario. La flessibilità consente di adattarsi alle circostanze mutevoli e trovare approcci alternativi per coinvolgere gli studenti in modo efficace.
- **Sviluppo professionale continuo:** Investire tempo nella crescita professionale. Partecipare a workshop, conferenze o corsi online per rimanere aggiornati sulle più recenti metodologie e tecnologie di insegnamento. L'apprendimento continuo fornisce nuove strategie per affrontare le sfide e migliora l'efficacia complessiva come educatore.

Project Partners



- **Risoluzione collaborativa dei problemi:** Favorire un ambiente di collaborazione tra insegnanti, studenti e genitori. Incoraggiare la comunicazione aperta e la collaborazione per affrontare collettivamente le sfide. La soluzione collaborativa dei problemi non solo condivide l'onere, ma porta anche prospettive diverse per trovare soluzioni innovative.
- **Utilizzare i sistemi di supporto:** Sfruttare i sistemi di supporto disponibili, come programmi di tutoraggio, gruppi di sostegno tra pari, o reti professionali. Chiedere consigli e condividere esperienze con i colleghi può fornire preziose informazioni e strategie per superare le sfide comuni nell'istruzione.
- **Riflettere e adattarsi:** Riflettere regolarmente sulle pratiche didattiche ed essere disposto ad adattarsi. Valutare l'efficacia dei metodi e essere aperti ad adattarli in base al feedback degli studenti e alle loro prestazioni. L'insegnamento riflessivo consente un miglioramento continuo e una migliore reattività alle sfide.
- **Promuovere una mentalità orientata alla crescita professionale:** instillare una mentalità di crescita in se stessi e nei propri studenti. Sottolineare che le sfide sono opportunità di crescita e apprendimento. Coltivare la resilienza e la perseveranza celebrando gli sforzi e inquadrandoli come parte del percorso di apprendimento.
- **Coinvolgere attivamente i genitori:** stabilire una forte partnership con i genitori, tenendoli informati sul processo di apprendimento e sulle sfide. Coinvolgere i genitori nella ricerca di soluzioni collaborative e chiedere il loro contributo sulle strategie per migliorare l'impegno degli studenti e il successo.
- **Enfatizzare il benessere:** Dare la priorità al benessere di se stessi e dei propri studenti. Affrontare le sfide può essere emotivamente spossante, quindi promuovere un ambiente di classe positivo e solidale contribuisce alla salute mentale generale e alla motivazione di tutti i partecipanti.
- **Monitorare l'uso della tecnologia:** riconoscere l'importanza della tecnologia nell'istruzione, ma essere vigili sulla sicurezza online degli studenti. Comunicare regolarmente con gli studenti sull'uso responsabile di internet e coinvolgere i genitori nelle discussioni sulla sicurezza online. Rimanere informati sugli strumenti e le piattaforme digitali per garantire un ambiente di apprendimento online sicuro.

Project Partners





- **Celebrare le piccole vittorie:** riconoscere e celebrare le piccole vittorie lungo il percorso. Riconoscere gli sforzi sia degli insegnanti che degli studenti nel superare le sfide. Celebrare i risultati, per quanto piccoli, contribuisce a creare un'atmosfera positiva e motivante in classe.

Utilizzando queste strategie aggiuntive, gli insegnanti possono costruire resilienza, promuovere la collaborazione e creare un ambiente di apprendimento positivo che affronta e supera efficacemente le sfide nel percorso educativo.

Project Partners



Bibliografia e sitografia

- Abirami, M., Sofia, R., Anand, B., Varalaxmi, P., & Mamoria, P. (2023). The role of Social Entrepreneurship in stimulating innovation and economic growth. *European Chemical Bulletin*, 12(8), 3490-3502.
- Akar, H. & Üstüner, M. (2017). Mediation Role of Self-Efficacy Perceptions in the Relationship Between Emotional Intelligence Levels and Social Entrepreneurship Traits of Pre-service Teachers. *Journal of Education and Future*, 12, 95-115.
- Akyürek, Ç. & Şahin, Ç. (2013). Evaluation of Elementary Teachers' Entrepreneurship Skills. *Ekev Akademi Journal*, 17(57), 51-68.
- Anderson A. (1998), *Cultivating the Garden of Eden: Environmental entrepreneurs*.
- Bacanak, A. (2013). Teacher Opinions on the Effect of Science and Technology Course on the Development of Entrepreneurial Skills in Students. *Educational Sciences in Theory and Practice*. 13(1), 609-629.
- Bacq, S., & Janssen, F. (2011). The Multiple Faces of Social Entrepreneurship: A Review of Definitional Issues Based on Geographical and Thematic Criteria. *Entrepreneurship and Regional Development*, 23(5-6), 373-403.
- Bartlett, A., & Preston, D. (2000). Can ethical behaviour really exist in business. *Journal of Business Ethics*, 23(2), 199-209.
- Bazkiaei, H. A., Heng, L. H., Khan, N. U., Saufi, R. B. A., & Kasim, R. S. R. (2020). Do entrepreneurial education and big-five personality traits predict entrepreneurial intention among universities students? *Cogent Business and Management*, 7(1).
<https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1801217>
- BBC. (2023). *Who is Elon Musk and what is his net worth?* News.
<https://www.bbc.com/news/business-61234231>
- Bergmann, J., & Sams, A. (2012). Flip your classroom: Reaching every student in every class every day. *International Society for Technology in Education*, 120-190.
- Bergmann, J., & Sams, A. (2012). Flip your classroom: Reaching every student in every class every day. *International Society for Technology in Education*, 120-190.
- Bloom, B. (1956). *Taxonomy of Educational Objectives. Book I: Cognitive Domain*. New York: David McKay.
- Bombiak, E., & Cisek, M. (2019). Gamification as an innovation in the area of the personnel function. *Contemporary Challenges*, 29.
- Borowiec, M., Dorocki, S., & Jenner, B. (2009). The impact of human capital resources on shaping the information society and innovativeness of industrial structures. In Z. Ziolo & T. Rachwał (Eds.), *Industry functions in shaping the information society. "Works of the Industrial Geography Commission of the PTG"*, No. 13 (pp. 95-109). Wydawnictwo Naukowe UP.

Project Partners



- Brøndum & Fliess (2009), Vocational and continuing education in a cleantech perspective.
- Britannica. (n.d.). *Grameen Bank*. Retrieved October 25, 2023, from <https://www.britannica.com/topic/Grameen-Bank>
- Brudnik, E., Moszyńska, A., & Owczarska, B. (2000). My student and I work actively: A guide to activating methods. Zakład Wydawniczy SFE. Kielce.
- Bull, M., Ridley-Duff, R., Foster, D., & Seanor, P. (2008). Seeing social enterprise through the theoretical conceptualisation of ethical capital. *International Small Business Conference*. Belfast.
- Carsrud, A. L., & Brannback, M. (2009). Understanding the Entrepreneurial Mind. In *International Studies of Entrepreneurship*. Springer. https://doi.org/10.1007/978-1-4419-0443-0_1
- CEDEFOP (2014). Terminology of European education and training policy
- Çelik, H., Gürpınar, C., Başer, N. & Erdoğan, S., (2015). Opinions of Science Teachers on Students' Creative Thinking and Entrepreneurship Skills. *International Journal of Educational Sciences*, 2(4), 277-307.
- Chell, E., Spence, L. J., Perrini, F., & Harris, J. D. (2016). Social Entrepreneurship and Business Ethics: Does Social Equal Ethical? *Journal of Business Ethics*, 133, 619-625.
- Cho, Y. H., & Lee, J.-H. (2018). Entrepreneurial orientation, entrepreneurial education and performance. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(2), 124–134. <https://doi.org/10.1108/apjie-05-2018-0028>
- Clifford, J. (2014). *Impact Evaluation by Social Enterprises: Measuring the un-measurable?* Stockholm: 10th annual meeting of the OECD LEED forum on partnerships and local development.
- CNBC. (2020). *How a 32-year-old turned a high school yearbook idea into a \$3.2 billion business*. Make It. <https://www.cnn.com/2020/01/09/cnbc-how-melanie-perkins-built-a-3point2-billion-dollar-design-start-up.html>
- Cornelius, N., Todres, M., Janjuha-Jivra, S., Woods, A., & Wallace, J. (2008). Corporate social responsibility and the social enterprise. *Journal of Business Ethics*, 81, 355–370.
- Cremer, D., & Vandekerckhove, W. (2017). Managing unethical behaviour in organizations: The need for a behavioural business ethics approach. *Journal of Management and Organization*, 23(3), 437-455.
- Deveci, İ., (2018). Comparison of 2013 and 2018 Science Course Curriculums in Turkey in Terms of Basic Elements. *Mersin University Faculty of Education Journal*, 14(2), 799-825.
- Dorocki, S., Kilar, W., & Rachwał, T. (2011). Assumptions and goals of the "Step into entrepreneurship" project for secondary school teachers. *Entrepreneurship-Education*, 7, 308-320.
- Drayton, W. (2002). The citizen sector: becoming as entrepreneurial and competitive as business. *California Management Review*, 44(3), 120–132.

Project Partners





Emerson, J., Wachowicz, J., & Chun, S. (San Francisco). *Social return on investment: Exploring aspects of value creation in the non-profit sector*. 2000: The Roberts Foundation.

en.wikipedia.org. (n.d.). Retrieved October 26, 2023, from
https://en.wikipedia.org/wiki/Patagonia,_Inc.

European Commission (2007). *Key Competences for Lifelong Learning – A 73 European Framework*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.

Eurostat (2022). *Environmental economy – statistics on employment and growth*.

Eurydice (2016). *Entrepreneurship Education at School in Europe*. Publications Office of the European Union.

EWOR Team. (2022). *5 Famous Female Entrepreneurs and How They Reached Success*.
<https://ewor.io/blog/5-famous-female-entrepreneurs-and-their-success/>

Fazlagić, J. (2022). *Good practices in supporting creativity, innovation and independence of students in secondary schools*. Education Development Center, Warsaw.

Ferrell, O. C., & Fraedrich, J. (2015). *Business ethics: Ethical decision making & cases*. Toronto: elson Education.

Forbes. (2023). *Profile - Jeff Bezos*. <https://www.forbes.com/profile/jeff-bezos/?sh=192c6b3d1b23>

GEM. (2018). *Global Entrepreneurship Monitor 2017/18*. In *Global Entrepreneurship Monitor*.
<http://www.gemconsortium.org/report/50012>

GEM. (2023). *Global Entrepreneurship Monitor 2022/2023 Global Report: Adapting to a “New Normal.”* <https://www.gemconsortium.org/reports/latest-global-report>

Gibb, A. (1988). The Enterprise Culture: Threat or Opportunity? *Management Decision*, 26(4), 5–12.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1108/eb001500>

González, Y. M. (2019). The Social and Solidary Economy and the Objectives of Sustainable Development. *Cooperativismo y Desarrollo*, 7(3), 286-289.

Gorzeńska, O., & Radanowic, E. (2019). Changes, innovations, experiments. In search of inspiration: A guide for school principals and teachers. Education Development Center, Warsaw.

Gibb, A. (1988). The Enterprise Culture: Threat or Opportunity? *Management Decision*, 26(4), 5–12.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1108/eb001500>

Greenhaus, J. H., Callanan, G. A., & Godshalk, V. M. (2019). *Career Management for Life* (5th ed.). Routledge, Taylor & Francis. <https://doi.org/10.4324/9781315205991>

Gundlach, M. J., & Zivnuska, S. (2010). An Experiential Learning Approach To Teaching Social Entrepreneurship, Triple Bottom Line, And Sustainability: Modifying And Extending Practical Organizational Behavior Education (PROBE). *American Journal of Business Education*, 3(1), 19-28.

Project Partners





- Hadad, S., & Găucă, O. (2014). Social impact measurement in social entrepreneurial organizations. *Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society*, 9(2), 119-136.
- Haugh, H. (2005). A research agenda for social entrepreneurship. *Social Enterprise Journal*, 1(1), 1-12.
- Hirsch, D. R., Peters, P. M., & Shepherd, A. D. (2017). *Entrepreneurship* (10th ed.). McGraw-Hill Education.
- IFC (2016). "Climate investment opportunities in emerging markets", International Finance Committee.
- International Cooperative Alliance. (1995). *Statement on the Cooperative Identity*.
- IPCC (2018). Global warming of 1.5°C.
- İrmiş, A. & Barutçu, E., (2012). Factors Affecting Students' Perception of Themselves as Entrepreneurial Personalities and Their Intentions to Start a Business: A Field Research, Atatürk University. *Journal of Economics and Administrative Sciences*, 2, 1-24.
- Isaak, R. (2002). "The making of the ecopreneur", Greener Management International.
- Koh, H.C., (1996). Testing Hypotheses of Entrepreneurial Characteristics a Study of Hong Kong MBA Students. *Journal of Managerial Psychology*, 11, 12-25.
- Kolodinsky, J., Stewart, C., & Bullard, A. (2006). Measuring economic and social impacts of membership in a community development financial institution. *Journal of Family and Economic Issues*, 27(1), 27-47.
- Kozłowska, I. (2016). Gamification - specificity of using the tool in Poland. *Studia Ekonomiczne. Scientific Journals of the University of Economics in Katowice*, 255, 37-45.
- Kuratko, D. F. (2005). The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends, and Challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 577–597.
- Kurek, S., & Rachwał, T. (2010a). Assumptions and preliminary results of the European research project FIFOB in the field of developing the competences of junior high school students to run a business. In Z. Ziolo & T. Rachwał (Eds.), *The role of entrepreneurship in the conditions of European integration. "Entrepreneurship - Education"*, No. 6 (pp. 472–485). Nowa Era.
- Kurek, S., & Rachwał, T. (2010b). *The Role of Business Education in the Development of Entrepreneurship in the Member States of the European Union*. Europa XXI. Warsaw, 127–142.
- Kwiatkowski, G., & Musiałkiewicz, J. (2019). Teaching program for the basics of entrepreneurship for secondary schools. High quality of the education system. ORE.
- Labrador Machín, O., Alfonso Alemán, J. L., & Rivera Rodríguez, C. A. (2017). Approaches about the social and solidarity economy. *Cooperativismo Y Desarrollo*, 5(2), 137–146.
- Łazowska, E. (2005). Methodology of teaching the basics of entrepreneurship and the basics of economics. In "Entrepreneurship - Education No. 1. Kraków: Wydawnictwo" MiWa.
- Liñán, F., & Chen, Y.-W. (2009). Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument

Project Partners



- to Measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593–617.
- Mazzarol, T., & Reboud, S. (2020). *Entrepreneurship as a Social and Economic Process* (4th ed.). Springer. https://doi.org/10.1007/978-981-13-9412-6_1
- Morris, M. H., Schindehutte, M., Walton, J., & Allen, J. (2002). The ethical context of entrepreneurship: Proposing and testing a developmental framework. *Journal of Business Ethics*, 40(4), 331–361.
- Naeini, A., Dutt, A., Angus, J., Mardirossian, S., & Bonfanti, S. (2015, June 07). *Case Study: How TOMS Shoes made a cause the centre of its activities*. Retrieved October 25, 2023, from Business Todat: <https://www.businesstoday.in/magazine/lbs-case-study/story/toms-shoes-shoes-for-free-cause-marketing-strategy-case-study-49364-2015-05-22>
- Neto, R. D. C. A., Rodrigues, V. P., Stewart, D., Xiao, A., & Snyder, J. (2018). The influence of Self-Efficacy on Entrepreneurial Behavior Among K-12 Teachers. *Teaching and Teacher Education*, 72(1), 44-53.
- Nicholls, A. (2007). *What is the Future of Social Enterprise in Ethical Markets*. London: Office of The Third Sector.
- Nirenberg, J. (1994). An introduction to probe: Practical organizational behavior education. *Journal of Management Education*, 18, 324-331.
- Nikolaou, I., K. Tasopoulou and K. Tsagarakis (2018). “A Typology of Green Entrepreneurs Based on Institutional and Resource-based Views”, *The Journal of Entrepreneurship*, Vol. 27/1, pp. 111-132.
- Noya, A., & Clarence, E. (. (2007). *The Social Economy. Building Inclusive Economies*. (A. Noya, & E. Clarence, Eds.) Paris: OECD Publishing.
- OECD. (1999). *Social enterprises*. Paris: OECD Publishing.
- OECD. (2003). *The Non-profit Sector in a Changing Economy*. Paris: OECD Publications Service.
- OECD. (2018). *Job Creation and Local Economic Development 2018: Preparing for the Future of Work*. Paris: OECD Publishing.
- OECD. (2022). Legal frameworks for the social and solidarity economy: OECD Global Action “Promoting Social and Solidarity Economy Ecosystems. *OECD Local Economic and Employment Development (LEED) Papers, No. 2022/04*.
- Okoń, W. (1987). Introduction to general didactics. PWN, 347-348.
- Paswan, R. K. (2018). *Ethics in Social Entrepreneurship*. Porto: University of Porto.
- Portales, L. (2019). *Social Innovation and Social Entrepreneurship*. Switzerland: Springer Nature Switzerland.

Project Partners



- Rachwał, T., Zajac, M., & Ratajski, P. (2012). Innovative Education Strategy "Step into entrepreneurship", January. Nowa Era Publishing House.
- Rawhouser, H., Cummings, M., & Newbert, S. L. (2019). Social Impact Measurement: Current Approaches and Future Directions for Social Entrepreneurship Research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 43(1), 82-115.
- San Tan, S., & Ng, C. K. F. (2006). A problem-based learning approach to entrepreneurship education. *Education and Training*, 48(6), 416-428.
- Selimi, A., Saracevic, M., & Rushiti, A., (2018). The Importance of Multimedia Devices in Interactive Mathematics Education – Macedonia Example, Balkan Educational Research. *Trakya University Journal*, 195, 31-41.
- Selimi, A., & Üseini, A., (2019). Developing Digital Competence and Entrepreneurial Skills through Innovative Education – The Case of North Macedonia. - International Congress of Economics and Business.
- Shaw, J. B. (2004). A Fair Go for All? The Impact Of Intragroup Diversity and Diversity-Management Skills on Student Experiences and Outcomes in Team-Based Class Projects. *Journal of Management Education*, 28(2), 139–169.
- Shaw, J. B., Fisher, C. D., & Southey, G. N. (1999). Evaluating Organizational Behavior Teaching Innovations: More Rigorous Designs, More Relevant Criteria, and an Example. *Journal of Management Education*, 23(5), 509–536.
- Śliwińska, A. (2021, June 7). *Enterprising teacher*. FRSE Publishing House.
- Sobociński, M. (2012). Gamification in education. Rules, applications, problems and examples. [2012] "Group Report" after the study visit "Academic Writing Skills, Necessity for Education & Work." Text prepared during the study visit STUDY VISIT No. 179.
- Spence, L. J. (1999). Does size matter? The state of the art in small business ethics. *Business Ethics: A European Review*, 8(3), 163–174.
- Splawska-Murmyło, M., & Wawryszak, A. (2017). Developing an entrepreneurial attitude and rational decision-making as part of IT education. Education Development Center, Warsaw.
- Starzyński, S. (2012). Gamification, a fashionable trend used by marketers. *Game Industry Trends 2012 Report*, Nowy Marketing, 46-47.
- Strużyna, J., & Kania, K. (2016). Strategic challenges of gamification. *Science Notebooks. Organization and Management / Silesian University of Technology*, 88.
- Svensson, G., & Wood, G. (2008). A model of business ethics. *Journal of Business Ethics*, 77(3), 303–322.
- Teachforall.org. (n.d.). Retrieved October 26, 2023, from <https://teachforall.org/our-purpose>.
- Toffler, B. L. (1986). *Tough Choices: Managers Talk Ethics*. New York: Wiley and Sons. Inc.

Project Partners





Tracz, M., & Rachwał, T. (2008). Teaching methods and resources used by teachers of the basics of entrepreneurship - research results. In Z. Ziolo & T. Rachwał (Eds.), *The role of entrepreneurship in the knowledge-based economy. "Entrepreneurship - Education"*, No. 4 (pp. 325–330). Nowa Era.

Wainwright, S. (2002). *Measuring impact: A guide to resources*. London: NCVO Publications.

Wrona, K. (2012). Gamevalization and games and their potential use in marketing. *i*, 4(225), 233-245.

www.bigissue.com. (n.d.). Retrieved October 25, 2023, from <https://www.bigissue.com/about-the-big-issue-group/>.

www.fairtradeamerica.org. (n.d.). Retrieved October 25, 2023, from <https://www.fairtradeamerica.org/>.

www.thecasesolutions.com. (n.d.). Retrieved October 25, 2023, from <https://www.thecasesolutions.com/fair-trade-usa-159488>.

Yarım, M. A., & Çelik, S., (2020). The Necessity and Role of Teacher from the Perspective of the Student in the Age of Industry 4.0. *Mehmet Akif Ersoy University Social Sciences Institute Journal*, 31, 76-92.

Yılmaz, E. & Sünbül, A., (2009). Development of the Entrepreneurship Scale for University Students, *Selçuk University Social Sciences Institute Journal*, 21, 195-203.

Yurtseven, R., & Ergün, M., (2018). Teacher's Opinions about Development of Entrepreneurship Skills of Primary School Students. *International Journal of Social Science Research*, 7(1), 118-140.

Zahra, S. A., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O., & Shulman, J. M. (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, 24(5), 519–532.

Zakowicz, I., & Sochacka, J. (2017). Gamification – a way to support students' motivation to achieve educational success?

Project Partners

