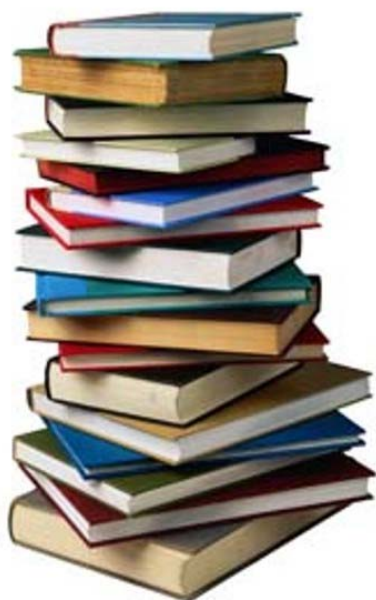




Camera di Commercio  
Como

# Offerta formativa per le scuole



# INDICE

<b><u>Presentazione</u></b> .....	pag. 4
-----------------------------------	--------

<b><u>AREA IMPRESA E MERCATO DEL LAVORO</u></b> .....	pag. 5
---	--------

- **Formazione per studenti delle scuole medie superiori**

ORIENTAMENTO ALL'IMPRENDITORIALITÀ .....	pag. 6
--	--------

UN LAVORO MIO .....	pag. 7
---------------------	--------

RICERCA DI MERCATO .....	pag. 8
--------------------------	--------

LA SIMULAZIONE D'IMPRESA .....	pag. 9
--------------------------------	--------

L'INNOVAZIONE .....	pag. 10
---------------------	---------

L'INTERNAZIONALIZZAZIONE .....	pag. 11
--------------------------------	---------

IL MERCATO DEL LAVORO E LE TIPOLOGIE CONTRATTUALI .....	pag. 12
---	---------

ORIENTAMENTO AI TIROCINI FORMATIVI ED AGLI STAGE AZIENDALI .....	pag. 13
--	---------

- **Formazione per insegnanti**

LA PROGETTAZIONE PER COMPETENZE NELL'ALTERNANZA SCUOLA-LAVORO .....	pag. 14
---	---------

IL MERCATO DEL LAVORO E I PROFILI PROFESSIONALI DEL FUTURO .....	pag. 15
--	---------

<b><u>AREA AMBIENTE E SVILUPPO SOSTENIBILE</u></b> .....	pag. 16
--	---------

- **Formazione per studenti delle scuole medie superiori**

SVILUPPO SOSTENIBILE .....	pag. 17
----------------------------	---------

LA QUESTIONE DEL CAMBIAMENTO CLIMATICO .....	pag. 18
--	---------

I RIFIUTI .....	pag. 19
-----------------	---------

L'ENERGIA .....	pag. 20
-----------------	---------

IL REACH .....	pag. 21
----------------	---------

<b><u>AREA TUTELA E REGOLAZIONE DEL MERCATO</u></b> .....	pag. 22
---	---------

- **Formazione per studenti delle scuole elementari**

FILIERA CORTA .....	pag. 23
---------------------	---------

BREVETTI E MARCHI .....	pag. 24
-------------------------	---------

- **Formazione per studenti delle scuole medie inferiori**

FILIERA CORTA .....	pag. 25
CONOSCERE L'ECONOMIA .....	pag. 26
CONTRAFFAZIONE E SICUREZZA DEI PRODOTTI .....	pag. 27
BREVETTI E MARCHI .....	pag. 28

- **Formazione per studenti delle scuole medie superiori**

FILIERA CORTA .....	pag. 29
RESPONSABILITA' SOCIALE DI IMPRESA .....	pag. 30
LE PROBLEMATICHE DI ACCESSO AL CREDITO .....	pag. 31
TRACCIABILITA' DEI PRODOTTI TESSILI, ETICHETTATURA E CONTROLLI .....	pag. 32
CONTRAFFAZIONE E SICUREZZA DEI PRODOTTI .....	pag. 33
BREVETTI E MARCHI .....	pag. 34
SICUREZZA SUL LAVORO NEI CANTIERI EDILI .....	pag. 35
IL VALORE DEI TITOLI DI CREDITO NEL SISTEMA ECONOMICO .....	pag. 36

- **Formazione per insegnanti**

FILIERA CORTA .....	pag. 37
RESPONSABILITA' SOCIALE DI IMPRESA .....	pag. 38

**AREA SERVIZI INNOVATIVI**

- **Formazione per studenti delle scuole medie superiori**

ORIENTAMENTO ALLE NUOVE FORME DI COMUNICAZIONE DELLA P.A. ....	pag. 39
--	---------

- **Formazione per insegnanti delle scuole medie superiori**

ORIENTAMENTO ALLE NUOVE FORME DI COMUNICAZIONE DELLA P.A. ....	pag. 40
--	---------

## **Presentazione**

Nel perseguimento dei propri fini istituzionali la Camera di Commercio intende offrire una serie di moduli formativi destinati alle scuole primarie e secondarie che tengano conto delle singole vocazioni e del legame esistente tra ogni scuola e il territorio in cui essa opera.

La sinergia tra Camera di Commercio e Istituti Scolastici vuole essere uno strumento flessibile attraverso il quale lo studente possa intraprendere un percorso specifico orientativo e professionalizzante che lo avvicini progressivamente al mercato, al mondo del lavoro e delle imprese.

Tale percorso ha l'obiettivo di aiutare i giovani ad acquisire la capacità e gli strumenti che gli consentano di compiere in modo consapevole le proprie scelte e ad assumersi gradualmente le proprie responsabilità, ad allenare lo spirito critico e quello di iniziativa per meglio saper cogliere le occasioni professionali che il mercato offre.

Poiché il supporto a questo passaggio non può essere delegato completamente all'esterno, ma anzi è una componente importante dell'attività degli insegnanti, una specifica attività formativa è dedicata al corpo docenti, anche al fine di favorire il dialogo tra Scuole e Istituzioni.

## Area

### "IMPRESA E MERCATO DEL LAVORO"

La precarizzazione della vita, dovuta alla trasformazione del lavoro in una *esperienza incerta*, ha condizionato fortemente l'approccio dei giovani con il mondo del lavoro: infatti, sempre più spesso per chi esce dalla scuola *lavorare* significa doversi adattare ai contratti flessibili regolamentati dalla riforma "Biagi" oppure indirizzarsi verso forme particolari di *auto-impiego*, e quindi lavoro autonomo, microimpresa, no-profit o cooperativa, affrontando così l'esigenza di diventare "imprenditori di sé stessi".

Partendo da queste premesse, la proposta formativa della Camera di Commercio di Como intende guidare i giovani a muovere i primi passi in direzione del mondo del lavoro, aiutandoli a formulare un progetto a medio/lungo termine attraverso l'identificazione di obiettivi strategici, la capacità di compiere scelte ed assumersi responsabilità, la creatività nell'interpretare il proprio ruolo lavorativo e lo spirito di iniziativa per saper cogliere occasioni professionali soddisfacenti.

Poiché il supporto a questo passaggio non può essere delegato completamente all'esterno, ma anzi è una componente importante dell'attività degli insegnanti, la Camera di Commercio ha sviluppato anche una proposta di interventi indirizzati al corpo docente, affinché possano essi stessi sviluppare e gestire attività di orientamento mirandole alle necessità specifiche dell'Istituto in cui operano.

#### **OBIETTIVI GENERALI**

Un giovane deve essere, prima di tutto, "imprenditore di se stesso". In questa prospettiva, i principali obiettivi didattici sono:

- fare conoscere le dinamiche del mercato del lavoro;
- sviluppare la conoscenza dell'impresa e dei comportamenti organizzativi di tipo imprenditivo;
- fare conoscere il funzionamento di un'impresa dall'interno, simulandone l'apertura;
- portare all'attenzione degli studenti le minacce e le opportunità del "mercato globale";
- definire il concetto di innovazione e le opportunità connesse;
- chiarire il concetto di "internazionalizzazione" e orientare alle figure professionali più richieste nel settore;
- sensibilizzare il corpo docenti sulla necessità di trasmettere valori di intraprendenza, creatività e dinamismo, tipici dell'agire imprenditoriale ed utili sia nel lavoro autonomo sia nel lavoro dipendente.

## Formazione per studenti delle scuole medie superiori

- Orientamento all'imprenditorialità

L'introduzione della cultura d'impresa nella formazione scolastica costituisce uno strumento di grande importanza per consentire l'avviamento di un rapporto attivo dei giovani con la realtà economica e produttiva. In particolare, promuovere la cultura imprenditoriale significa trasferire agli studenti un insieme di valori, attitudini e convinzioni (quali lo spirito di iniziativa, la capacità critica, la valutazione del rischio, ecc.) che stanno alla base dello sviluppo e della realizzazione di attività imprenditoriali, in un contesto economico di libertà di iniziativa e di concorrenza.

### **OBIETTIVI**

Il modulo, attraverso un processo di pianificazione d'impresa, si propone di:

- presentare valori e comportamenti imprenditoriali;
- trasferire conoscenze e metodi per la creazione e la gestione di una piccola impresa;
- orientare al ruolo imprenditoriale attraverso la proposta di modelli positivi;
- conoscere la rete dei servizi a supporto del "mettersi in proprio".

### **CONTENUTI**

- La struttura e le logiche del Piano di Impresa.
- Gli scenari economico sociali, i trend, le opportunità di mercato.
- La ricerca di mercato: dati di scenario, settore, mercato, concorrenza.
- Definizione della pianificazione economica in relazione alla Business Idea.
- L'organizzazione e le forme giuridiche d'impresa.
- Camera di Commercio di Como e la rete territoriale dei servizi a supporto del "mettersi in proprio".

- “Un lavoro mio”

L'*imprenditorialità* è una dimensione europea dell'apprendimento, inclusa fra le “competenze chiave per l'apprendimento permanente” (Raccomandazione del Parlamento europeo e del Consiglio del 18/12/06).

Questa sfida interpella profondamente la Scuola - fin dai livelli dell'obbligo di istruzione - nelle diverse accezioni che la “competenza dell'imprendere” assume: per lo sviluppo di abilità cognitive (quali la capacità di ricercare le informazioni, di progettare, di tradurre le idee in programmi, ecc.) e, ancora più, per l'incoraggiamento all'iniziativa e all'assunzione di responsabilità, per far conoscere il lavoro e le organizzazioni produttive, per favorire l'autoconoscenza delle propensioni e attitudini da impiegare nella vita e nel lavoro.

Interpella le Imprese che, nel mettere a disposizione un patrimonio di esperienze, di cultura, di occasioni di apprendimento, interpretano un impegno sociale, attivano un investimento per gli eredi, intercettano un fattore di immagine favorevole per l'identità e per il business.

Interpella le Istituzioni, che debbono trovare modi efficaci e inediti per supportare le Agenzie formative nel praticare maggiori scambi con il lavoro, le imprese, il territorio.

Interpella i diversi Paesi europei, le diverse storie, tradizioni e culture.

## OBIETTIVI

Il modulo, attraverso la proiezione del film “**Un lavoro mio**” (realizzato dalla Camera di Commercio di Como) e il confronto con un imprenditore della provincia, si propone di:

- accrescere la consapevolezza e la sensibilità verso la cultura d'impresa;
- orientare al ruolo imprenditoriale attraverso la proposta di modelli positivi;
- sollecitare la propensione dei giovani al “fare impresa” come opportunità il raggiungimento dell'autoaffermazione personale e professionale.

## CONTENUTI

- **Fare Impresa:** il valore del “mettersi in proprio” in relazione agli obiettivi individuali.
- Il percorso per la creazione d'impresa: gli strumenti culturali, formativi, tecnici ed operativi per definire le proprie idee imprenditoriali; .
- Camera di Commercio di Como e la rete territoriale dei servizi a supporto del “mettersi in proprio”.

- **La ricerca di mercato**

Questo percorso di conoscenza del mercato propone un modello didattico teorico-pratico nel quale i contenuti formativi sono supportati da ricerche concrete, durante le quali gli studenti si troveranno a confrontarsi con la realtà economica del territorio lombardo. Il risultato del corso sarà la costruzione di un'indagine conoscitiva di un mercato di riferimento opportunamente selezionato.

## **OBIETTIVI**

Gli obiettivi del corso sono:

- sviluppare conoscenze nell'ambito del marketing strategico ed operativo;
- mettere in grado i partecipanti di impostare correttamente la raccolta delle informazioni per la ricerca di mercato;
- acquisire strumenti conoscitivi per un rapporto più efficace col mondo del lavoro.

## **CONTENUTI**

- Il marketing: definizione.
- Gli obiettivi del marketing.
- L'analisi della domanda e la segmentazione del mercato.
- Le variabili della segmentazione di un mercato.
- Il consumatore/cliente: chi è?
- Ambiente, settore e concorrenti.
- Le strategie di marketing.
- Strumenti per la ricerca di mercato.
- I dati quantitativi e i dati qualitativi.
- Dibattito in aula sui punti di forza e punti di debolezza della ricerca.



- **La simulazione d'impresa**

Negli ultimi anni è emersa prepotentemente l'esigenza di colmare la discrasia esistente tra mondo della scuola e mondo del lavoro, attraverso l'individuazione e lo sviluppo di metodologie didattiche in grado di facilitare i processi d'inserimento lavorativo dei giovani.

In questo senso, la simulazione d'impresa, già da tempo presente in Italia e nella maggior parte delle nazioni europee, rappresenta un modello formativo rispondente a questo scopo. L'impresa simulata, infatti, riproduce fedelmente la struttura e le funzioni di un'impresa reale in relazione all'organizzazione, ai tempi di lavoro, agli ambienti, ai profili professionali ed agli aspetti relazionali.

L'attività in aula proposta dalla Camera di Commercio ha funzione propedeutica rispetto alla realizzazione dell'Impresa Simulata, proponendo modelli operativi ed organizzativi aziendali funzionali al progetto didattico.

## **OBIETTIVI**

Il corso si propone di:

- fornire schemi di lettura del mercato del lavoro e dei contesti lavorativi, per meglio sviluppare il progetto di impresa simulata;
- definire le linee guida e fornire gli strumenti per la stesura di un Business Plan, partendo dall'analisi delle diverse forme giuridiche d'impresa;
- proporre modelli operativi ed organizzativi aziendali, funzionali al progetto di impresa simulata;
- stimolare il lavoro di gruppo per obiettivi;
- sviluppare abilità trasversali.

## **CONTENUTI**

- Che cos'è un'impresa e tipologie di piccola impresa.
- Le forme giuridiche d'impresa.
- Definizione del mercato.
- Strumenti e metodi per la ricerca di mercato.
- Gli obiettivi e il piano di marketing.
- La struttura organizzativa di una piccola impresa.
- L'organizzazione e la gestione delle risorse umane.
- Budget: scopi e struttura.
- Fonti di finanziamento e rapporti con le banche.
- Le principali procedure burocratiche ed amministrative per l'avvio di un'impresa.
- Camera di Commercio di Como e la rete territoriale dei servizi a supporto del "mettersi in proprio".

- **L'Innovazione**

Il termine "innovazione" è sicuramente tra quelli più utilizzati nel nostro tempo: in un mondo in cui i cambiamenti culturali ed economici sono sempre più frequenti, nel tentativo di "governare" la propria vita i cittadini e le imprese incontrano ogni giorno piccoli e grandi problemi che devono essere affrontati con creatività e spirito d'iniziativa.

In quest'ottica, ricerca e innovazione diventano parole d'ordine del vivere quotidiano, contribuendo a creare occupazione, offrire prosperità e garantire una migliore qualità della vita.

## **OBIETTIVI**

I principali obiettivi didattici sono:

- trasferire il concetto di innovazione come chiave di lettura del nostro tempo;
- fare conoscere cosa è l'innovazione (innovazione di prodotto, di processo, organizzativa...);
- conoscere la rete dei servizi a supporto dell'innovazione.

## **CONTENUTI**

- Definizione di Innovazione.
- L'Unione Europea l'Innovazione e la Ricerca: concetti chiave e politiche comunitarie
- Il Programma Quadro per l'Innovazione e la Competitività CIP 2007 - 2013 Il programma quadro favorisce azioni a vantaggio della competitività e della capacità d'innovazione all'interno dell'Unione europea, con uno sguardo particolare nei confronti delle PMI. Tale programma favorirà in particolare l'utilizzazione delle tecnologie dell'informazione, delle eco-tecnologie e delle fonti di energia rinnovabili.
- I finanziamenti e le politiche regionali a favore dell'innovazione.
- Chi fa che cosa sul tema dell'Innovazione.

- **L'Internazionalizzazione**

Accanto all'introduzione di una cultura d'impresa nella formazione scolastica è fondamentale, per dare una visione completa di un'attività imprenditoriale, affrontare il tema dell'internazionalizzazione.

L'internazionalizzazione è un fenomeno ormai consolidato che coinvolge tutte le principali economie mondiali: in questo senso, è importante fare il punto sulle questioni critiche e sulle opportunità legate all'internazionalizzazione, cercando di individuare quali scenari e possibilità si aprono di fronte a chi, nel prossimo futuro, si misurerà con il mercato del lavoro.

## **OBIETTIVI**

I principali obiettivi didattici sono:

- chiarire il concetto di internazionalizzazione;
- orientamento sulle figure professionali legate all'internazionalizzazione di impresa;
- conoscere la rete dei servizi a supporto dell'internazionalizzazione.

## **CONTENUTI**

- Il processo di Internazionalizzazione.
- Orientamento al marketing internazionale
- Le nuove forme di internazionalizzazione e i nuovi mercati emergenti.
- Figure professionali
- Chi fa che cosa sul tema dell'internazionalizzazione

- **Il mercato del lavoro e le tipologie contrattuali**

L'Italia ha intrapreso una profonda riforma della normativa in materia di lavoro allo scopo di innalzare il tasso di occupazione al 70% entro il 2010 (obiettivo europeo stabilito a Lisbona nel 2000). La **riforma Biagi – legge 30/2003** – potenzia la **flessibilità del mercato del lavoro** attraverso la regolamentazione di tipologie contrattuali che hanno lo scopo di facilitare l'incontro tra domanda e offerta.

Allo stesso tempo, il mercato del lavoro italiano è stato negli ultimi anni profondamente modificato sia dal punto di vista delle competenze istituzionali tra i vari livelli di governo (centrale e territoriale) sia dal punto di vista delle regole di funzionamento: a partire dal 2003, infatti, sono stati riconosciuti nuovi soggetti di intermediazione, quali le Agenzie private del lavoro, le Università, gli Istituti scolastici, le Camere di Commercio, i consulenti del lavoro, gli Enti bilaterali, ecc.

## **OBIETTIVI**

Il percorso formativo si propone di promuovere la conoscenza dei principali cambiamenti nel mercato del lavoro e le tipologie contrattuali previste dalla Riforma Biagi (Legge n. 30/2003) e delle successive modifiche.

## **CONTENUTI**

- Il sistema di incontro tra domanda e offerta di lavoro.
- la Borsa Continua Nazionale del Lavoro (BCNL).
- La flessibilità del lavoro: le tipologie contrattuali.
- Lavoro somministrato.
- Lavoro intermittente (Job On Call).
- Lavoro ripartito (Job Sharing).
- Apprendistato.
- Contratto di inserimento.
- Lavoro a progetto (ex Co.Co.Co.).
- Lavoro a prestazione occasionale e accessorio.
- Part-time.
- Tirocini estivi.

- **Orientamento ai tirocini formativi ed agli stage aziendali**

Il presente modulo si propone di introdurre gli studenti alle esperienze di tirocinio e di stage aziendale, dotandoli di conoscenze ed indicazioni utili per vivere nel modo più proficuo il periodo di permanenza all'interno dell'azienda ospitante.

## **OBIETTIVI**

- favorire la conoscenza dello scenario aziendale, dal punto di vista economico e organizzativo;
- orientare gli studenti sulle competenze maggiormente richieste dal mondo del lavoro;
- incentivare gli studenti ad affrontare un processo di consapevolezza sulle loro capacità e competenze personali;
- supportare gli studenti nella costruzione di un piano d'inserimento personale utile per affrontare l'esperienza di stage/tirocinio, in base alla tipologia di settore aziendale richiesto, nonché alle competenze già sviluppate o da implementare.

## **CONTENUTI**

- Scenari: il mondo del lavoro, le aziende e la cultura d'impresa.
- L'azienda: struttura, funzioni e ruoli organizzativi (cenni generali di economia di mercato).
- I profili professionali più richiesti nel mercato del lavoro: analisi delle competenze (trasversali e tecnico-specifiche).
- Analisi guidata di schede conoscitive individuali.
- Costruzione del piano d'inserimento individuale, precedente all'esperienza di stage.

## Formazione per insegnanti

- La progettazione per competenze nell'alternanza scuola - lavoro

Una delle idee più forti ed interessanti che sorreggono la Riforma scolastica attuale è individuabile nella diversa metodologia didattica descritta dall'art. 4 della Legge n. 53/2003: l'alternanza scuola- lavoro.

L'obiettivo della metodologia è infatti quello di facilitare l'ingresso dei giovani nel mondo del lavoro, attraverso la possibilità, offerta a tutti gli studenti, di realizzare il loro percorso formativo di secondo ciclo in alternanza. I soggetti protagonisti di questa trasformazione metodologica sono due: il tutor scolastico ed il tutor aziendale. Per una corretta realizzazione di un percorso di alternanza scuola-lavoro occorre condurre una precisa e puntuale progettazione per competenze del tirocinio.

### **OBIETTIVI**

- presentare il quadro normativo di riferimento dell'Alternanza scuola-lavoro;
- identificare i ruoli all'interno del percorso di alternanza scuola-lavoro;
- fornire metodologie e strumenti per la progettazione integrata e la valutazione dei percorsi.

### **CONTENUTI**

- Nozioni generali sul quadro normativo dell'art. 4 della Legge n. 53/2003.
- Impresa: ruolo sociale, economico e organizzativo.
- Tutor scolastico e tutor aziendale: definizione dei ruoli.
- I percorsi in Alternanza scuola-lavoro: il ruolo chiave delle competenze.
- Il processo di progettazione condivisa: dall'analisi di bisogni e risorse alla individuazione del segmento formativo in alternanza.
- La costruzione del modello progettuale: obiettivi, processi di lavoro, competenze, prestazioni funzionali al contesto lavorativo e coerenti con il percorso di studio.
- Gli strumenti di monitoraggio e valutazione dei percorsi in alternanza.

- **Il mercato del lavoro e i profili professionali del futuro**

I veloci cambiamenti in atto nel sistema produttivo e l'apertura verso nuovi mercati hanno portato ad un rapido evolversi del modo di lavorare e delle modalità di ingresso nel mercato del lavoro. La proposta formativa intende affrontare l'evoluzione del mercato del lavoro e fornire alcuni elementi di lettura di tali cambiamenti.

#### **OBIETTIVI**

- fornire una chiave di lettura sull'evoluzione storica del mercato del lavoro in una ottica socio economica;
- analizzare l'attuale situazione del mercato del lavoro e delle sue specifiche richieste;
- fornire gli strumenti di ricerca e lettura delle richieste di professionalità da parte delle imprese attraverso il sistema Excelsior.

#### **CONTENUTI**

- Il mercato del lavoro e sue evoluzioni: il passato, il presente, il futuro, scenari e previsioni.
- La domanda e l'offerta di lavoro.
- Come conoscere le professionalità più richieste dal mercato del lavoro.
- Il sistema Excelsior: come si struttura, come si utilizza.

## Area

### "AMBIENTE E SVILUPPO SOSTENIBILE"

In Italia la protezione dell'ambiente ha compiuto progressi considerevoli nel corso degli ultimi anni. Nel segno dello sviluppo sostenibile, l'ambiente è diventato elemento imprescindibile di tutte le attività politiche, economiche e sociali. La responsabilità ecologica, l'efficienza economica e la solidarietà sociale sono i tre elementi indispensabili per l'attuazione di una politica di sviluppo sostenibile e costituiscono un tutt'uno necessario, nel senso che nessuno di loro può svilupparsi in modo unilaterale senza penalizzare gli altri due.

La presente proposta intende introdurre gli studenti ai principi fondamentali dello sviluppo sostenibile e proporre riflessioni sui comportamenti eco-sostenibili, necessari all'interno delle politiche e dei modelli di sviluppo economici e territoriali.

Solo in questa maniera, e cioè attraverso una considerazione globale dell'impatto ambientale delle attività umane nelle diverse dimensioni (domestica, lavorativa, del tempo libero ...), si possono ottenere vantaggi significativi e non transitori nella gestione dell'ambiente, proponendo una visione del mondo nella quale il fine ultimo è rappresentato dal raggiungimento di una migliore qualità della vita, dal conseguimento di un livello ambientale non dannoso per l'uomo e per le altre specie viventi e nel quale sia possibile una più equa accessibilità alle risorse.

#### **OBIETTIVI GENERALI**

La proposta formativa della Camera di Commercio intende favorire la percezione, l'analisi e la comprensione della *questione ambientale*, al fine di diventare cittadini consapevoli e responsabili nei confronti di sé, dell'ambiente e della comunità intesa non solo come società di appartenenza, ma anche come pianeta. In questo senso, gli obiettivi principali sono:

- stimolare lo sviluppo di una coscienza ambientale, del rispetto e dell'uso consapevole del territorio;
- sviluppare atteggiamenti, comportamenti, valori e abilità indispensabili per vivere in un mondo interdipendente;
- proporre un primo approccio con i principi fondamentali dello sviluppo sostenibile e con le norme per la tutela e la salvaguardia dell'ambiente;
- affrontare e analizzare il problema della "gestione" dei rifiuti;
- identificare le problematiche connesse all'energia, consentendo agli studenti di conoscere e valutare le potenzialità di efficienza energetica e risorse energetiche rinnovabili.

In considerazione degli obiettivi sopra esposti, i moduli di seguito illustrati potranno essere sviluppati anche attraverso visite guidate in imprese operanti nel settore energetico, della gestione dei rifiuti e della tutela ambientale per verificare l'applicazione pratica delle nozioni teoriche acquisite nel percorso formativo e per un approccio più diretto con il mondo del lavoro, anche in vista di future scelte occupazionali.



## Formazione per studenti delle scuole medie superiori

- SVILUPPO SOSTENIBILE

Introduzione ai principi fondamentali dello sviluppo sostenibile e cenni ai nuovi comportamenti eco-sostenibili nelle azioni quotidiane, tanto nella dimensione familiare quanto nell'ambito della gestione di un'attività economica.

### **OBIETTIVI**

Il modulo, attraverso un processo deduttivo, si propone di:

- definire il concetto di "sviluppo sostenibile";
- ripercorrere i principali riferimenti storici e culturali che hanno determinato le politiche attuali in materia ambientale;
- approfondire alcune tematiche di particolare rilievo nella definizione e nella comprensione delle relazioni tra attività umane e salvaguardia ambientale;
- proporre valori, atteggiamenti e comportamenti eco-compatibili.

### **CONTENUTI**

- Lo sviluppo sostenibile: principi fondamentali.
- Dalla Conferenza delle Nazioni Unite di Rio de Janeiro ai giorni nostri.
- La relazione tra attività umane e salvaguardia ambientale.
- I comportamenti consapevoli: economicità e tutela ambientale.

## • LA QUESTIONE DEL CAMBIAMENTO CLIMATICO

Il clima è l'insieme di tutte le condizioni meteorologiche di una determinata regione nell'arco di un periodo determinato. La temperatura sulla Terra dipende dal fenomeno naturale dell'effetto serra.

L'effetto serra naturale è, tuttavia, intensificato dall'uomo: come conseguenza dell'emissione di anidride carbonica, metano, protossido d'azoto, clorofluorocarburi e di altri gas, si produce un ulteriore riscaldamento della superficie terrestre e dell'atmosfera.

Consumi energetici, abitudini alimentari, scelte economiche, l'uso dei combustibili fossili... tutta la nostra vita è segnata dal consumo di risorse e di territorio, e dal contributo individuale (seppure inconsapevole) di gas serra. Si tratta, quindi, di prendere decisioni personali, quotidiane e apparentemente semplici, e di fare scelte collettive che avranno ripercussioni sul futuro di tutta la comunità.

### **OBIETTIVI**

Il modulo si propone di:

- definire le cause dei cambiamenti climatici;
- analizzare la normativa italiana in materia di emissioni inquinanti;
- riconsiderare le abitudini quotidiane in relazione al loro impatto ambientale: dai consumi energetici alle abitudini alimentari, dalle scelte economiche all'uso dei combustibili ...
- proporre valori, atteggiamenti e comportamenti eco-compatibili.

### **CONTENUTI**

- Il cambiamento climatico in atto e le sue reali origini.
- Le vere responsabilità dell'azione umana e dei suoi interventi nel campo delle attività economiche dall'industria alla mobilità.
- Chi inquina paga ?
- Le azioni utili che possono essere intraprese.

## • I RIFIUTI

Rispetto al 1950, la produzione mondiale di beni di consumo è aumentata di sette volte, mentre il consumo di materie prime estratte dalla Terra è aumentato di cinque volte. Questi dati hanno accompagnato la nascita dell'attuale società dei consumi.

Conseguenza inevitabile, che ha fatto registrare gli indici più alti negli anni '80, in parallelo con l'espansione economica, è il rischio ambientale determinato dai rifiuti; considerando, soprattutto, che è il singolo individuo a decidere autonomamente quando un oggetto si trasforma in rifiuto, questo rischio appare ancor più evidente.

### **OBIETTIVI**

Il modulo, attraverso un processo deduttivo, si propone di:

- definire il concetto di "rifiuto";
- analizzare la normativa italiana in materia di rifiuti;
- facilitare un nuovo approccio culturale al tema dei rifiuti;
- proporre valori, atteggiamenti e comportamenti eco-compatibili.

### **CONTENUTI**

- Cos'è un rifiuto?
- Rifiuto: problema o risorsa?
- Differenziare e recuperare.
- Esempi di modalità di recupero: presentazione di alcuni impianti.
- I rifiuti *elettrici* ed *elettronici*: definizioni.
- La normativa di riferimento e il nuovo concetto di gestione del rifiuto.
- I comportamenti consapevoli: economicità e tutela ambientale.

- **ENERGIA**

Il problema energetico nel paese ha una rilevanza storica e sociale, rispetto alle implicazioni tecnologiche, economiche, sanitarie: in questo senso, l'educazione ambientale è in grado di indurre comportamenti responsabili nel presente e per il futuro, oltre ad un impatto educativo "riflesso" nei comportamenti e nelle abitudini delle famiglie.

## **OBIETTIVI**

Il modulo si propone di:

- definire il concetto di "energia";
- facilitare un nuovo approccio culturale al tema dell'energia;
- proporre modelli e comportamenti per un uso razionale dell'energia nel settore domestico;
- introdurre le figure professionali connesse alla gestione dell'energia: l'energy manager e il certificatore energetico;
- prestare attenzione agli aspetti sociali e di tutela della salute collegati alle politiche energetiche.

## **CONTENUTI**

- Energia: Cos'è? Da dove viene? Il concetto di rendimento.
- Introduzione ad alcuni indicatori per la valutazione degli impatti dei consumi energetici sull'ambiente: l'impronta ecologica energetica, le emissioni di gas serra.
- Le energie rinnovabili: introduzione alle tecnologie innovative.
- Esempi di quantificazione dei consumi quotidiani di energia e dei margini di intervento per la loro riduzione.

- **REACH**

Il nuovo Regolamento europeo, sostituendo numerose direttive e regolamenti in vigore, mira a rafforzare la protezione della salute umana e dell'ambiente dagli effetti nocivi delle sostanze chimiche e al tempo stesso a migliorare la competitività e la capacità di innovazione dell'industria chimica europea.

Le novità di Reach riguarderanno un gran numero di imprese: possiamo con ragione affermare che non vi sia un'attività economica che in misura maggiore o minore non faccia uso di sostanze chimiche. Il presente modulo si propone di offrire al territorio gli strumenti e le risorse per essere all'altezza delle richieste.

## **OBIETTIVI**

- sensibilizzare gli studenti sulle problematiche connesse ai prodotti chimici;
- spiegare le motivazioni che hanno determinato l'approvazione del nuovo regolamento sui prodotti chimici;
- prestare attenzione ai differenti ruoli del produttore e del consumatore di prodotti chimici;
- informare e proporre una riflessione sulla filiera produttiva.

## **CONTENUTI**

- Capire il REACH: gli elementi essenziali del Regolamento.
- Il ruolo degli utilizzatori di sostanze chimiche.
- La trasmissione delle informazioni lungo la filiera produttiva.
- Schede di sicurezza e scenari di esposizione.
- Check-up aziendali e casistiche nei settori tessile - abbigliamento, legno-arredo e metalmeccanico.
- Le nuove proposte per aiutare le piccole imprese.

## Area

### "TUTELA E REGOLAZIONE DEL MERCATO"

Le Camere di Commercio sono "enti pubblici che svolgono funzioni di interesse generale per il sistema delle imprese, curandone lo sviluppo nell'ambito delle economie locali". Le funzioni che le Camere di Commercio sono tenute a svolgere riguardano la trasparenza delle relazioni economiche tra imprese e tra imprese e cittadini, la promozione di regole certe ed eque e la diffusione di informazioni necessarie ad una migliore conoscenza della realtà socio-economica delle imprese. E', pertanto, di fondamentale importanza il ruolo che le Camere di Commercio possono assumere nell'educazione della domanda e nell'orientamento del comportamento dei consumatori, oltre che degli imprenditori, tenuti -in un mercato consapevole- a rispondere alle richieste con modalità sempre nuove.

In tale ottica si inseriscono le proposte formative in linea con i programmi camerali di regolazione del mercato, poiché è indubbio che il giovane è fin da ora elemento centrale di questo mercato nel rappresentare sia l'imprenditore che il consumatore del futuro: entrambi debbono essere tutelati quali attori protagonisti del mercato.

Un consumatore orientato ad agire in maniera più consapevole è non soltanto un consumatore che si autotutela, ma è certamente anche un consumatore che contribuisce a migliorare il mercato e a migliorare l'offerta.

Altro spazio da percorrere insieme ai giovani è quello della diffusione della cultura e della qualità di impresa perché è attraverso la diffusione delle buone prassi che si creano modelli virtuosi replicabili.

## **Formazione per studenti delle scuole elementari**

- **FILIERA CORTA**

Il percorso, per l'anno scolastico in corso, è realizzato in collaborazione con il Servizio Agricoltura della Provincia di Como. Si rimanda al "Programma Provinciale di educazione alimentare, filiera corta e valorizzazione dell'economia locale".

- **BREVETTI E MARCHI**

La fiducia è un valore persistente, ma fragile. Le imprese che hanno un segno distintivo forte sono maggiormente in grado di sopportare le crisi globali e soprattutto di acquistare maggiori opportunità di sviluppo rispetto ad eventuali soggetti concorrenti.

Promuovere la conoscenza dei meccanismi connessi alla creazione di Marchi e Brevetti e la loro valorizzazione contribuisce a creare la cultura e la consapevolezza del loro forte valore distintivo sul mercato.

### **OBIETTIVI**

Promuovere la conoscenza della proprietà industriale attraverso la collaborazione tra il mondo della scuola e l'Ufficio Brevetti e Marchi, diffondendo la "cultura dell'inventare" all'interno di un percorso incentrato sulla creatività.

### **CONTENUTI**

- Nozione di Marchio e di Brevetto
- Attività pratica di creazione di oggetti nuovi utili alle attività scolastiche attraverso un percorso di gioco di primo approccio con il mondo degli inventori



## **Formazione per studenti delle scuole medie inferiori**

- **FILIERA CORTA**

Il percorso, per l'anno scolastico in corso, è realizzato in collaborazione con il Servizio Agricoltura della Provincia di Como. Si rimanda al "Programma Provinciale di educazione alimentare, filiera corta e valorizzazione dell'economia).

- **CONOSCERE L'ECONOMIA**

Negli ultimi anni il mondo dell'economia e dei servizi finanziari alle imprese e alle famiglie è cambiato profondamente, innovando prodotti e canali distributivi nell'ottica di una crescente segmentazione dell'offerta.

Comprendere l'economia e i meccanismi di accesso al credito aiuta gli studenti ad acquisire la conoscenza di tali problematiche e a gestire il denaro in modo più responsabile.

La scuola è il luogo dove si realizza il primo approccio con il mondo sociale: avviare progetti didattici che avvicinano il mondo scolastico a quello economico e finanziario ha come obiettivo quello di aiutare i ragazzi nella loro crescita personale e professionale a partire dalle scuole medie inferiori e ad incominciare così a sviluppare un senso critico nei confronti delle offerte presenti sul mercato.

## **OBIETTIVI**

- Fare comprendere agli studenti le problematiche dell'economia
- Fare comprendere meccanismi e strumenti di accesso al credito
- Rendere i giovani più consapevoli anche nell'ottica di un futuro ingresso nel mondo del lavoro

## **CONTENUTI**

*(il livello di approfondimento dei contenuti sarà concordato con gli insegnanti nella fase di progettazione di dettaglio)*

- Analisi e definizione di concetti elementari quali: budget, conto corrente, bisogni, scelte, rischio, economia, entrate e uscite, costi, risparmio, investimenti, mercato, determinazione del prezzo.
- I mezzi di pagamento
- Analisi dei principali strumenti di accesso al credito

- **CONTRAFFAZIONE E SICUREZZA DEI PRODOTTI**

I temi del sostegno al "Made in Italy" ed alla proprietà industriale ed intellettuale, del contrasto alle violazioni in tema di indicazioni false e fallaci, della contraffazione e sicurezza prodotti necessitano di un'adeguata diffusione tra gli operatori economici e il pubblico più vasto dei consumatori, nella convinzione che una accresciuta e strutturata cooperazione tra le parti - istituzioni, imprese e consumatori - possa dare maggior forza all'attività di contrasto.

#### **OBIETTIVI**

- Fare conoscere agli studenti le problematiche della sicurezza prodotti
- Fare conoscere i principi e le modalità attuative della funzione di vigilanza del mercato
- Sensibilizzare gli studenti ai fini della diffusione della cultura della "qualità" del prodotto

#### **CONTENUTI**

- Il Codice Consumo e normativa di riferimento
- Problematiche sulla pericolosità/tossicità dei prodotti
- Vigilanza sul mercato e attività sanzionatoria

- **BREVETTI E MARCHI**

La fiducia è un valore persistente, ma fragile. Le imprese che hanno un segno distintivo forte sono maggiormente in grado di sopportare le crisi globali e soprattutto di acquistare maggiori opportunità di sviluppo rispetto ad eventuali soggetti concorrenti.

Promuovere la conoscenza dei meccanismi connessi alla creazione di Marchi e Brevetti e la loro valorizzazione contribuisce a creare la cultura e la consapevolezza del loro forte valore distintivo sul mercato.

## **OBIETTIVI**

Promuovere la conoscenza della proprietà industriale attraverso la collaborazione tra il mondo della scuola e l'Ufficio Brevetti e Marchi, diffondendo la "cultura dell'inventare" all'interno di un percorso incentrato sulla creatività.

## **CONTENUTI**

- Nozione di Marchio e di Brevetto
- Ufficio Brevetti e Marchi: funzioni e servizi
- Attività pratica di creazione di oggetti nuovi utili alle attività scolastiche attraverso un percorso di gioco di primo approccio con il mondo degli inventori

## Formazione per studenti delle scuole medie superiori

- FILIERA CORTA

Il percorso, per l'anno scolastico in corso, è realizzato in collaborazione con il Servizio Agricoltura della Provincia di Como. Si rimanda al "Programma Provinciale di educazione alimentare, filiera corta e valorizzazione dell'economia locale).

- **RESPONSABILITA' SOCIALE DI IMPRESA**

Le tendenze demografiche, i grandi cambiamenti dell'economia e della società, che si riflettono spesso sulla qualità di vita delle persone, la globalizzazione sregolata, la coscienza dei bisogni, una crescita economica che rimane al di sotto del potenziale stanno progressivamente minacciando la società attuale.

Nasce e si rafforza quindi l'esigenza di una collaborazione tra istituzioni e imprese per dare una risposta sempre più concreta alle necessità di rinnovamento e di ripensamento degli attuali modelli, incentrati spesso solo sul profitto, che non tengono in considerazione altri fattori altrettanto importanti per crescita, competitività e sviluppo.

## **OBIETTIVI**

- Sensibilizzare gli studenti al tema della responsabilità sociale di impresa
- Divulgare le buone prassi e proporre modelli replicabili
- Avvicinare il mondo scolastico a quello aziendale

## **CONTENUTI**

- La Responsabilità sociale di impresa: principi e linee guida
- Il Libro verde della Commissione Europea: cenni
- Gli ambiti di applicazione
- Strumenti della responsabilità sociale (strumenti di gestione e di misurazione delle performance aziendali)
- Le buone prassi
- Testimonianze

- **LE PROBLEMATICHE DI ACCESSO AL CREDITO**

Negli ultimi 10 anni il mondo dei servizi finanziari alle imprese e alle famiglie è cambiato profondamente, innovando prodotti e canali distributivi nell'ottica di una crescente segmentazione dell'offerta. Comprendere l'economia e i meccanismi di accesso al credito aiuta gli studenti ad acquisire la conoscenza di tali problematiche e a gestire il denaro in modo più responsabile.

## **OBIETTIVI**

- Fare comprendere agli studenti le problematiche dell'economia
- Fare comprendere meccanismi e strumenti di accesso al credito
- Rendere i giovani più consapevoli anche nell'ottica di un futuro ingresso nel mondo del lavoro

## **CONTENUTI**

*(il livello di approfondimento dei contenuti sarà concordato con gli insegnanti nella fase di progettazione di dettaglio)*

- Analisi e definizione di concetti quali: budget, conto corrente, risparmio, investimento, mercato, prezzi, tassi di interesse, credito
- Analisi dei principali strumenti di accesso al credito
- Problemi e casi concreti

- **TRACCIABILITA' DEI PRODOTTI TESSILI, ETICHETTATURA E CONTROLLI**

Il sistema del mercato globale espone oggi i consumatori a rischi sempre crescenti per quanto concerne la sicurezza dei prodotti.

Un ruolo fondamentale deve essere svolto dalle Istituzioni: la sorveglianza del mercato ed il rispetto della normativa nazionale e comunitaria, in particolare nel comparto del tessile, diventano strumenti di tutela per le imprese e per i consumatori.

### **OBIETTIVI**

- Informare gli studenti sulla normativa vigente (D.lgs. 194/99 e relativo regolamento di attuazione)
- Divulgare i principi e le modalità attuative della funzione di vigilanza del mercato
- Sensibilizzare il consumatore e diffondere la cultura della "qualità" del prodotto

### **CONTENUTI**

- L'etichettatura di composizione dei prodotti tessili: normativa cogente ed aspetti correlati
- Vigilanza sui prodotti Tessili



- **CONTRAFFAZIONE E SICUREZZA DEI PRODOTTI**

I temi del sostegno al “Made in Italy” ed alla proprietà industriale ed intellettuale, del contrasto alle violazioni in tema di indicazioni false e fallaci, della contraffazione e sicurezza prodotti necessitano di un’adeguata diffusione tra gli operatori economici e il pubblico più vasto dei consumatori, nella convinzione che una accresciuta e strutturata cooperazione tra le parti - istituzioni, imprese e consumatori - possa dare maggior forza all’attività di contrasto.

#### **OBIETTIVI**

- Informare gli studenti sulla normativa vigente
- Divulgare i principi e le modalità attuative della funzione di vigilanza
- Sensibilizzare il consumatore e diffondere la cultura della “qualità” del prodotto

#### **CONTENUTI**

- Il Codice Consumo
- Problematiche sulla qualità dei prodotti
- Normativa in tema di regole di origine preferenziale e non preferenziale delle merci
- Vigilanza sul mercato e attività sanzionatoria

- **BREVETTI E MARCHI**

La fiducia è un materiale malleabile, persistente, ma fragile. Le imprese che detengono un brevetto o più brevetti di invenzione, di utilità o ornamentali godono di un vantaggio competitivo perché non soltanto sono in grado di meglio sopportare le crisi globali ma soprattutto acquistano maggiori opportunità di sviluppo rispetto ad eventuali soggetti concorrenti.

In questa ottica si inserisce la promozione e l'analisi degli strumenti offerti dal Codice della Proprietà Industriale quale punto di partenza per capire e meglio sviluppare il concetto di "cultura brevettuale".

## **OBIETTIVI**

Promuovere la conoscenza della proprietà industriale attraverso la collaborazione tra il mondo della scuola e l'Ufficio Brevetti e Marchi, diffondendo la "cultura dell'inventare" come strumento di marketing e leva competitiva soprattutto per le piccole e medie imprese.

## **CONTENUTI**

- Il Codice della Proprietà Industriale: normativa di riferimento
- L'Ufficio Nazionale Brevetti e Marchi: ruolo e funzioni
- Ufficio Brevetti e Marchi provinciale: ruolo e funzioni
- L' invenzione, il modello di utilità, il modello ornamentale

- **SICUREZZA SUL LAVORO NEI CANTIERI EDILI**

Gli infortuni sul lavoro costituiscono un problema gravissimo la cui soluzione deve rappresentare una priorità per le istituzioni, per il sistema industriale e per la società nel suo complesso.

E' per questo motivo che far conoscere la normativa in materia di sicurezza e di salute sui luoghi di lavoro costituisce un importante contributo per sensibilizzare l'opinione pubblica e garantire la prevenzione degli infortuni sui luoghi di lavoro, e più nello specifico nei cantieri edili.

#### **OBIETTIVI**

- Sensibilizzare gli studenti sul problema della sicurezza sul lavoro
- Far conoscere la normativa in materia di sicurezza sul lavoro

#### **CONTENUTI**

- Normativa in materia di sicurezza e salute sul lavoro (testo unico)
- La sicurezza nei cantieri edili
- Le esperienze sul territorio

- **IL VALORE DEI TITOLI DI CREDITO NEL SISTEMA ECONOMICO**

La normativa vigente in materia di protesti cambiari ha cercato di sostenere - con una serie di interventi mirati - chi si vede "costretto" a sottoscrivere effetti a fronte di rapporti commerciali o di compravendita tra soggetti privati.

Tali interventi hanno permesso di rendere più agevoli e semplici le procedure di cancellazione delle cambiali nel momento in cui le stesse vengono onorate, seppur in ritardo; tuttavia non sempre i soggetti che si interfacciano al problema sono a conoscenza delle norme.

Attraverso specifici moduli formativi sui titoli di credito e sulle problematiche connesse al mancato pagamento di cambiali e assegni è possibile diffondere tra i giovani una corretta informazione di tali meccanismi in modo da creare un "tam-tam" immediato nelle famiglie e all'esterno di queste.

### **OBIETTIVI**

- Fornire specifiche nozioni tecniche
- Sensibilizzare lo studente alle problematiche connesse ai titoli di credito
- Diffondere precise e corrette informazioni
- Facilitare i rapporti di scambio tra scuola, mondo del lavoro, sistema creditizio, istituzioni.

### **CONTENUTI**

- Normativa di riferimento
- Casistica/conseguenze
- Rapporti con i diversi attori del sistema
- Risoluzione problemi

## Formazione per insegnanti

- **FILIERA CORTA**

Il percorso, per l'anno scolastico in corso, è realizzato in collaborazione con il Servizio Agricoltura della Provincia di Como. Si rimanda al "Programma Provinciale di educazione alimentare, filiera corta e valorizzazione dell'economia locale).

- **RESPONSABILITA' SOCIALE DI IMPRESA**

Le tendenze demografiche, i grandi cambiamenti dell'economia e della società, che si riflettono spesso sulla qualità di vita delle persone, la globalizzazione sregolata, la coscienza dei bisogni, una crescita economica che rimane al di sotto del potenziale stanno progressivamente minacciando la società attuale.

Nasce e si rafforza quindi l'esigenza di una collaborazione tra istituzioni e imprese per dare una risposta sempre più concreta alle necessità di rinnovamento e di ripensamento degli attuali modelli, incentrati spesso solo sul profitto, che non tengono in considerazione altri fattori altrettanto importanti per crescita, competitività e sviluppo.

## **OBIETTIVI**

- Sensibilizzare gli insegnanti al tema della responsabilità sociale di impresa come strumento e leva per studiare e proporre modelli replicabili
- Divulgare le buone prassi

## **CONTENUTI**

- La Responsabilità sociale di impresa: principi e linee guida
- Il Libro verde della Commissione Europea: cenni
- Gli ambiti di applicazione
- Strumenti della responsabilità sociale (strumenti di gestione e di misurazione delle performance aziendali)
- Le buone prassi

## Area

### "SERVIZI INNOVATIVI"

#### Formazione per studenti delle scuole medie superiori

- ORIENTAMENTO ALLE NUOVE FORME DI COMUNICAZIONE DELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

La Comunicazione Pubblica è uno strumento di garanzia nel delicato **rapporto tra i giovani, le Istituzioni e il mondo del lavoro**, ma soprattutto può essere veicolo di consapevolezza delle trasformazioni della società, che richiedono ai giovani un passaggio maturativo legato ai diritti e ai doveri.

Un corretto approccio con le istituzioni favorisce, infatti, il processo di apprendimento e di consapevolezza della cultura del rispetto delle regole della **vita democratica**, scandita dai diritti e dai doveri dei singoli e della società, dell'educazione al civismo e anche della partecipazione alla vita politica e amministrativa del Paese.

Il modulo, attraverso un'illustrazione di quali sono oggi gli obiettivi della P.A. si propone di:

- presentare gli strumenti informatici a disposizione di cittadini utenti e non;
- orientare ad un uso corretto e responsabile degli strumenti informatici ai fini della produzione di documenti con piena validità legale;
- conoscere la rete dei servizi a supporto della comunicazione pubblica;
- sottolineare l'interoperabilità di questi strumenti e le diverse funzioni in relazione agli ambienti in cui si utilizzano.

#### CONTENUTI

- La struttura della nuova forma di comunicazione;
- nozioni sulla firma digitale e la PEC (posta elettronica certificata);
- utilizzo di questi strumenti nelle comunicazioni con la P.A. e i privati;
- definizione di vantaggi e limiti nell'uso di questi strumenti;
- I possibili utilizzi nelle scuole sia nei rapporti con le P.A. che nei rapporti con docenti, genitori e studenti;
- Il ruolo della Camera di Commercio di Como nella diffusione di questi servizi.

## Formazione per insegnanti delle scuole medie superiori

- ORIENTAMENTO ALLE NUOVE FORME DI COMUNICAZIONE DELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

Semplificazione, dematerializzazione, accessibilità, riduzione del digital divide, sviluppo delle informazioni e dei servizi erogati alla popolazione in una logica di nuove economie di scala e sostenibilità per tutti gli attori coinvolti....questi gli argomenti di cui sentiamo parlare da tempo e che rappresentano il viatico dell'innovazione della P.A.

In questa ottica occorre fare i primi passi verso la conoscenza e l'utilizzo degli strumenti che sono necessari per mettere in atto il cambiamento. Internet, firma digitale, posta elettronica certificata ne costituiscono gli assi portanti.

Il modulo, attraverso un'illustrazione di quali sono oggi gli obiettivi della P.A. si propone di:

- presentare gli strumenti informatici a disposizione di cittadini, utenti e istituzioni ;
- orientare ad un uso corretto e responsabile degli strumenti informatici ai fini della produzione di documenti con piena validità legale;
- conoscere la rete dei servizi a supporto della comunicazione pubblica;
- sottolineare l'interoperabilità di questi strumenti e le diverse funzioni in relazione agli ambienti in cui si utilizzano.

### **CONTENUTI**

- La struttura della nuova forma di comunicazione;
- nozioni sulla firma digitale e la PEC (posta elettronica certificata);
- utilizzo di questi strumenti nelle comunicazioni con la P.A. e i privati;
- definizione di vantaggi e limiti nell'uso di questi strumenti;
- I possibili utilizzi nelle scuole sia nei rapporti con le P.A. che nei rapporti con docenti, genitori e studenti;
- Il ruolo della Camera di Commercio di Como nella diffusione di questi servizi.





Camera di Commercio  
Como



## RIFERIMENTI UTILI

- **CONCORSO IDEA IMPRESA**

**AREA PROMOZIONE DELLE IMPRESE**

CAMERA DI COMMERCIO COMO

U.O. PROMOZIONE ECONOMICA

E-MAIL [servizi.innovativi@co.camcom.it](mailto:servizi.innovativi@co.camcom.it)

TELEFONO 031.256.525/382

- **FORMAZIONE**

**AREA IMPRESA E MERCATO DEL LAVORO**

SVILUPPO IMPRESA – AZIENDA SPECIALE DELLA C.C.I.A.A. COMO

Punto Nuova Impresa e Area “Internazionalizzazione”

E-MAIL [sviluppo.impresa@co.camcom.it](mailto:sviluppo.impresa@co.camcom.it)

TELEFONO 031.256.309/379/384

**AREA AMBIENTE E SVILUPPO SOSTENIBILE**

SVILUPPO IMPRESA – AZIENDA SPECIALE DELLA C.C.I.A.A. COMO

Ufficio “Ambiente”

E-MAIL [ambiente@co.camcom.it](mailto:ambiente@co.camcom.it)

TELEFONO 031.256.386/347

**AREA PROMOZIONE DELLE IMPRESE**

CAMERA DI COMMERCIO COMO

U.O. TUTELA E REGOLAZIONE DEL MERCATO

E-MAIL [tutela@co.camcom.it](mailto:tutela@co.camcom.it)

TELEFONO 031.256.351/373