

# TEACHING NOTE

scritto da gsub-Projektgesellschaft  
mbH, Dr. Diana Peitel

Una visita al

Learning Shop

Competenza: Consentire l'accesso alle informazioni

## CONTENUTO

Parole chiave	2
La competenza "Consentire l'accesso alle informazioni"	2
Riassunto	3
Fondamenti Concettuali e Obiettivi Didattici	3
Domande per la discussione	3
Gruppo target	4
Approccio didattico / Situazione formativa	4
Informazioni di base	4
Orientamento informativo	4
Orientamento situazionale	5
Orientamento biografico	5
Esperienze dalla sperimentazione del caso di studio	6

### Parole chiave

Incrementare le competenze professionali degli orientatori, competenza, orientamento permanente, capacità di gestire informazioni, Learning Shop Neukölln, studio di caso, materiale didattico.

### La competenza "Consentire l'accesso alle informazioni"

Il CEDEFOP nella pubblicazione "Professionalising career guidance" afferma: "il professionista dell'orientamento ha bisogno di utilizzare competentemente, e in vari modi differenti, un vasto materiale informativo. A questo riguardo è centrale lo sforzo dell'orientatore di sviluppare la capacità del cliente di identificare, accedere e interpretare le informazioni pertinenti e adeguate alle proprie esigenze. Il senso di questo elemento può essere puntualmente definito [...] se c'è una chiara comprensione delle competenze per l'organizzazione della propria carriera che devono essere sviluppate individualmente da studenti e cittadini."

Dal punto di vista dell'autore dello studio di caso "Una visita al Learning Shop – Consentire l'accesso alle informazioni", un altro elemento importante è che per fornire un servizio di orientamento di qualità, le informazioni date ai clienti devono essere rilevanti e aggiornate. Siccome gli orientatori fanno spesso riferimento a un'ampia varietà di fonti informative per informare i clienti, è cruciale che ci sia una struttura che assicuri il regolare aggiornamento delle informazioni. Lo studio di caso si riferisce anche a questo aspetto della competenza.

## Riassunto

Il caso descrive l'arrivo di Thomas, un contabile quarantenne, al Learning Shop Neukölln a cui si rivolge per chiedere informazioni su corsi SAP. Thomas è già stato in un centro di orientamento professionale nella sua città ma ora si è trasferito a Berlino e sta cercando informazioni su questi corsi. In un primo momento, Martina - un'operatrice di orientamento del Learning Shop - cerca di capire insieme a Thomas se un corso SAP possa davvero essergli utile per rientrare nel mondo del lavoro. Questo punto mette in luce la ricerca di entrambi dei corsi SAP nei vari

database e negli archivi informativi del Learning Shop. Individuano insieme quattro corsi che potrebbero fare al caso di Thomas. Martina cerca di valutare se Thomas ha appreso tutte le informazioni che gli sono state fornite, per questo gli chiede di riassumerle. Poi sarà lei stessa, con parole sue, a ripetere le informazioni che Thomas desidera ottenere in quel momento per capire quale corso faccia al caso suo. Martina gli spiega che questo è qualcosa che lui deve capire e gli offre alcuni consigli su come prendere una buona decisione.

## Fondamenti Concettuali e Obiettivi Didattici

Il caso fornisce agli studenti la possibilità di discutere sulla capacità degli operatori di orientamento di consentire ai clienti l'accesso alle informazioni. In una prima fase, possono individuare le abilità necessarie per questa competenza.

Gli obiettivi didattici di questo caso sono:

discutere su come fare e poi diventare maggiormente capaci di:

- › valutare le abilità del cliente nel gestire le informazioni
- › disporre di strategie per essere sempre aggiornati e avere le informazioni a portata di mano

- › consentire ai clienti di trovare da soli le informazioni
- › aiutare i clienti a migliorare le proprie capacità di gestione delle informazioni, se necessario
- › sviluppare l'interpretazione autonoma delle informazioni del cliente
- › ascoltare con attenzione, senza fare delle supposizioni premature sul cliente
- › essere aperti a diverse interpretazioni

## Domande per la discussione

- › In che modo aiutate i clienti ad accedere alle informazioni?
- › Discutete su come ottenerle prima di tutto.
- › Le strutture nella vostra regione vi sono di aiuto nel reperire le informazioni importanti?
- › Nel vostro centro avete metodi definiti per valutare il modo in cui i clienti gestiscono le informazioni ricevute, oppure vi basate sull'intuito? Come?
- › Come vi assicurate che nella sessione di orientamento che avete fornito, i vostri clienti comprendano le informazioni ricevute?

## Gruppo target

Gli studenti in questo caso sono gli operatori di orientamento indipendentemente dall'esperienza formativa. Le informazioni e le strutture cambiano, così il caso può risultare interessante anche per coloro che hanno lavorato a lungo come operatori di orientamento. Il corso può essere seguito anche da operatori di orientamento nuovi nella professione.

## Approccio didattico / Situazione formativa

La situazione formativa potrebbe essere una discussione di gruppo, una situazione in cui non vi è alcun formatore che conosce la risposta "giusta". Un'altra possibilità dell'uso del caso potrebbe essere quella di recitare la scena alcune volte e magari cambiarla. Gli operatori di orientamento possono, in questo modo, allenare la propria competenza, ad esempio, nella valutazione delle abilità di ge-

stione delle informazioni dei propri clienti e comprendere il punto di vista del cliente davanti ad un operatore meno abile in questo aspetto. Questi giochi di ruolo possono essere eseguiti a gruppi di tre. Ciò significa che due persone recitano (una interpreta l'operatore di orientamento e l'altra il cliente) e la terza sarà l'osservatore che successivamente commenterà il role play.

## Informazioni di base

Approcci di orientamento del Learning Shop Neukölln. Nei vari approcci di orientamento, le competenze potrebbero acquisire una valenza diversa: ad esempio, le capacità di gestione delle informazioni potrebbero risultare importanti in tutti e tre gli approcci, mentre l'abilità nell'interpretare le informazioni potrebbe acquistare maggiore rilievo in un orientamento di carattere biografico.

Inoltre, potrebbe essere più difficoltoso valutare le competenze del cliente nel gestire le informazioni, laddove l'orientamento formativo avvenga per e-mail o per telefono.

Il Learning Shop punta ad una consulenza in presenza. Un obiettivo orientato verso le esigenze di chi cerca consigli, ponendo sempre in primo piano la situazione di vita attuale personale. Tutte le forme di orientamento comprendono in maniera più o meno estesa un elemento considerevolmente riflessivo.

L'orientamento individuale presso i Learning Shop è suddiviso, secondo il metodo Gieseke, in tre forme ideali, in cui i consigli e le informazioni vengono considerate come entità.

## Orientamento informativo

Durante l'orientamento informativo, chi cerca i consigli è in una posizione in cui dovrà chiaramente specificare il tipo di orientamento desiderato e raccogliere le informazioni dall'operatore su ulteriori offerte formative disponibili.

## Orientamento situazionale

L'orientamento situazionale ha lo scopo di assicurarsi che chi chiede consigli sia a conoscenza dell'effetto dell'attività formativa sulla propria situazione di vita attuale. Il cliente descrive la propria situazione e la correlazione con ciò che si aspetta dall'orientamento formativo. È importante determinare se la situazione descritta dal cliente possa essere cambiata tramite un percorso di formazione.

## Orientamento biografico

Durante l'orientamento biografico, il cliente non esprime una determinata richiesta di consulenza, ma spera che attraverso un corso di formazione, possa apportare cambiamenti positivi ai propri problemi generali. Durante questo processo, i problemi personali si intrecciano con quelli legati alla formazione e alla qualificazione. L'operatore cerca di mettere in luce gli interessi formativi nascosti, problemi di autostima e speranze poco realistiche e di offrire sostegno al cliente nel processo decisionale.

I soggetti in cerca di percorsi formativi che, a causa della propria situazione personale, necessitano di un orientamento a lungo termine e mostrano un livello relativamente alto di auto-riflessività, possono - con l'approvazione dell'operatore - ricevere un coaching di formazione.

Oltre a consulenze dirette, i Learning Shop offrono anche sessioni di orientamento tramite telefono o e-mail e, per determinati temi, in chat. Nei Learning Shop stessi vengono messi a disposizione dei computer per aiutare i clienti nella ricerca e nella preparazione di candidature scritte e domande di lavoro. Una vasta gamma di corsi, ad esempio in ricerca del lavoro, presentazione di candidature e target formativi, si affianca all'attività principale di consulenza.

Un'altra interessante informazione di base è la [garanzia di qualità nei servizi di orientamento](#) a Berlino, un aspetto legato a due fattori: la competenza degli operatori e il funzionamento ottimale del centro di orientamento. Gli operatori dei Learning Shop, senza quasi alcuna eccezione, sono persone qualificate nel settore, in possesso di titoli ottenuti da un centro di qualificazione regionale (RQZ), nel quale vengono insegnate loro abilità pratiche e conoscenze specifiche in merito all'orientamento in campo formativo.

Nel 2007 i tre Learning Shop, come primo centro di orientamento in Germania, e dietro la guida dell'ufficio di coordinamento della qualità (k.o.s), hanno ottenuto il certificato di qualità della didattica nei test sulla formazione (LQW). Un tale riconoscimento assicura un supporto ottimale del processo di orientamento grazie a condizioni generali funzionali.

Il concetto di apprendimento di successo durante l'orientamento rappresenta l'obiettivo principale del LQW. Tutte le 11 aree di qualità si riflettono sull'apprendimento di successo. Uno degli obiettivi del processo di orientamento è avviare un apprendimento di successo nel cliente. Lo scopo del lavoro del Learning Shop è quello di offrire "aiuto all'auto-aiuto".

## Esperienze dalla sperimentazione del caso di studio

Il caso di studio "Una visita al Learning Shop – Consentire l'accesso alle informazioni" è stato testato il 28 Marzo 2013 in Italia, in una sessione formativa e di sperimentazione di mezza giornata (dalle 9.30 alle 13.00). Il gruppo target coinvolto nel test era composto da 12 partecipanti, tutte donne. Le partecipanti sono orientatrici o counsellor in differenti centri di formazione professionale, molte di loro anche formatrici, e lavorano sia con giovani che con adulti. Le partecipanti avevano livelli diversi di esperienza professionale.

Il caso di studio è stato letto direttamente in classe durante i primi 30 minuti. In seguito la formatrice ha chiesto se c'erano domande o richieste di chiarimento in merito al caso di studio. Poi il gruppo è stato suddiviso in 3 piccoli gruppi per un'ora, al fine di discutere su alcune domande specifiche proposte dalle note didattiche e dagli allegati al caso di studio. In seguito a questo le risposte di ogni gruppo sono state presentate alle partecipanti in plenaria, a cui è seguita una discussione conclusiva. L'interesse per la tematica e il coinvolgimento sono stati abbastanza forti. E' stato chiaro che l'accesso alle informazioni è una questione sensibile e topica per gli orientatori e i counsellors. Il feed-back complessivo è stato positivo. La sessione formativa è stata interessante e le discenti sono state direttamente coinvolte nella discussione. L'argomento è attinente al lavoro quotidiano delle partecipanti, questo le ha aiutate a riflettere sulle loro competenze e a facilitare il loro attivo coinvolgimento nelle situazioni.

# CHI HA REALIZZATO GUIDE!

Guide! è stato realizzato dal gruppo  
MetropolisNet e dal suo Network.  
Siamo organizzazioni che lavorano per  
promuovere l'inclusione sociale, il lavoro e lo  
sviluppo urbano delle aree metropolitane

MetropolisNet EEIG

[www.metropolisnet.eu](http://www.metropolisnet.eu)

GUIDE! Contatti in Italia

CIOFS/FP

Via di San Saba, 14  
Roma 00153

Telefono: 0039-06-5729911

Fax: 0039-06-45210030

Direttore

Angela Elicio

[aelicio@ciofs-fp.org](mailto:aelicio@ciofs-fp.org)

Persona di contatto

Federica Ruggiero

[fruggiero@ciofs-fp.org](mailto:fruggiero@ciofs-fp.org)

*Il presente progetto è finanziato con il sostegno della Commissione europea. L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.*