

RepUtAction

IL QUADRO INNOVATIVO PER
RAFFORZARE LA REPUTAZIONE
DELLE PICCOLE IMPRESE

MANUALE PER GLI ENTI DI FORMAZIONE PROFESSIONALE

*Suggerimenti per i
fornitori di formazione
professionale*

ID PROGETTO: 2024-1-IT01-KA210-VET-000248986



www.reputation-project.eu



Co-funded by
the European Union

Autori

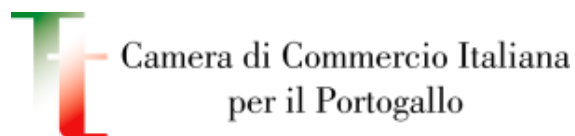
Bruna Fontanarosa, Dania Tataranni, Valeria Claps

Co-autori

Agnese Barbabietola, Denise de Almeida Peres, Eloísa Moriel Valença, Maria Archonti, Maria Skoufi

Partner

CIB
CCIP
The HIVE



Disclaimer

Finanziato dall'Unione Europea. I punti di vista e le opinioni espressi sono tuttavia esclusivamente quelli dell'autore/degli autori e non riflettono necessariamente quelli dell'Unione Europea o dell'Agenzia esecutiva europea per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione Europea né l'EACEA possono essere ritenute responsabili per essi.

TABELLA DI CONTENUTO

1. Informazioni sul progetto RepUtAction

2. Introduzione alla Guida Aperta

3. Metodologia utilizzata: formazione attiva

4. Fornire un corso di formazione

Modulo 1: Reputazione aziendale orientata al mercato

Modulo 2: La reputazione aziendale nelle relazioni pubbliche

Modulo 3: Strategie di reputazione e credibilità online

5. Suggerimenti per la facilitazione

6. Utilizzo della piattaforma e-learning

7. Utilizzo dello strumento di autovalutazione RepUtAction

8. Conclusione

9. Fonti aggiuntive

Finanziato dall'Unione Europea. I punti di vista e le opinioni espressi sono tuttavia esclusivamente quelli dell'autore/degli autori e non riflettono necessariamente quelli dell'Unione Europea o dell'Agenzia esecutiva europea per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione Europea né l'EACEA possono essere ritenute responsabili per essi.



RepUtAction

Informazioni sul progetto RepUtAction:

“RepUtAction - Il quadro innovativo per rafforzare la reputazione delle piccole imprese” - 2024-1-IT01-KA210-VET-000248986 è un progetto Erasmus+ nel campo dell'istruzione e formazione professionale, selezionato nell'ambito della tipologia di azione KA120-VET - Partenariati su piccola scala nell'istruzione e formazione professionale.

La reputazione aziendale gioca un ruolo fondamentale per la sopravvivenza e la crescita delle piccole e microimprese (PMI). Queste aziende spesso affrontano un alto tasso di mortalità nei primi tre anni di attività a causa della mancanza di capacità, visione e tempo per sviluppare un'identità e una reputazione aziendali efficaci.

Tuttavia, investire nella reputazione aziendale non può influenzare direttamente la crescita, il fatturato e la sopravvivenza a lungo termine. Contribuisce a creare fiducia, attrarre clienti, aumentare la fidelizzazione, ottenere un vantaggio competitivo e sostenere la crescita a lungo termine. Si tratta di un investimento ad alto rendimento che ha un impatto significativo sulla sopravvivenza e sul successo aziendale.



PARTENARIATO

Il progetto Reputaction mira a supportare in modo proattivo le PMI europee nel miglioramento della propria reputazione aziendale, aiutandole a raggiungere il loro pieno potenziale e a diventare più competitive sul mercato, affrontando al contempo una complessa sfida politica all'interno del mercato europeo.



PARTNER CAPOFILA:

CONFIMI INDUSTRIA BASILICATA - Associazione dell'Industria Manifatturiera e dell'Impresa Privata della Basilicata (IT)



PARTNER: CAMERA DI COMMERCIO ITALIANA PER IL PORTOGALLO (PT)



PARTNER: THE HIVE (EL)



OBIETTIVI

La maggior parte delle micro e piccole imprese e delle start-up non hanno la capacità, le risorse finanziarie e le competenze necessarie per ottenere una buona reputazione aziendale, in grado di aumentare la posizione economica e il fatturato dell'azienda.

RepUtAction risponde a questa esigenza offrendo un framework innovativo che supporta i leader delle PMI nel loro percorso verso il miglioramento della reputazione aziendale.

Obiettivi

1. **Comprendere** le lacune di competenze nelle piccole imprese e nelle start-up in relazione alla reputazione aziendale.
2. **Creare** un programma di formazione altamente innovativo
3. **Testare** il programma di formazione in contesti reali per garantirne l'efficacia
4. **Garantire** la diffusione e la valorizzazione delle conoscenze e delle competenze per i centri di formazione professionale
5. **Garantire** la sostenibilità dei risultati nel tempo
6. **Garantire** la massima visibilità dei risultati per massimizzare l'impatto

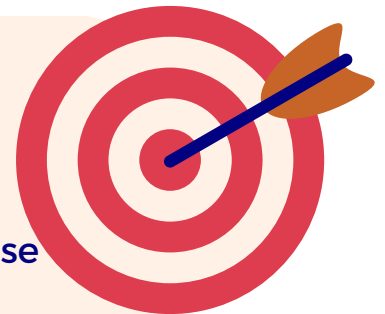
TARGET

Il progetto **RepUtAction** avrà un impatto significativo e radicale sui leader delle micro e piccole imprese, sui fornitori di formazione professionale, sulle organizzazioni di supporto alle imprese e sulle organizzazioni partner.

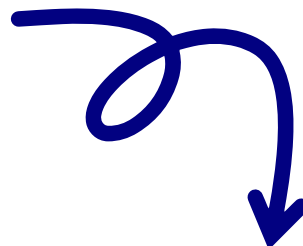
TARGET

I leader delle micro e piccole imprese
(MPMI)

- Fornitori di formazione professionale e centri di formazione professionale
- Organizzazioni di supporto alle imprese
- Organizzazioni partner



In che modo questi gruppi possono trarre vantaggio dal progetto e dal materiale RepUtAction?



TARGET

- **Leader delle micro e piccole imprese (MPMI)**

RepUtAction è un programma di formazione che aiuta i leader di micro o piccole imprese e aziende in fase iniziale (fino a 3 anni) a costruire la reputazione aziendale e a migliorare la preparazione al mercato. Offre formazione online gratuita, disponibile sul learning hub, che sviluppa competenze tecniche, imprenditoriali e digitali per supportare la crescita e la reputazione delle piccole imprese.

- **Fornitori di formazione professionale e centri di formazione professionale**

Il progetto offre ai fornitori di formazione professionale un programma di formazione innovativo e rispondente al mercato, che può essere facilmente integrato nei loro corsi esistenti, supportato da un manuale dedicato e da un processo di revisione paritaria che coinvolge stakeholder esterni.

- **Organizzazioni di supporto alle imprese**

Le società di consulenza, le associazioni di PMI, le Camere di commercio e organizzazioni simili amplieranno i loro servizi alle PMI dell'UE offrendo una consulenza innovativa sulla reputazione aziendale.

- **Organizzazioni partner**

Il personale contribuisce alla gestione dei progetti, allo sviluppo della formazione e alla diffusione, rafforzando al contempo la propria competenza in materia di credibilità e reputazione digitale aziendale e migliorando le proprie competenze nella gestione di progetti di cooperazione transnazionale.



INTRODUZIONE

La struttura del Manuale e come utilizzarlo

Il Manuale per gli Operatori di Formazione Professionale (IFP) è un manuale digitale strutturato e progettato per supportare gli operatori di istruzione e formazione professionale (IFP) nell'erogazione di una formazione efficace e innovativa incentrata sulla gestione della reputazione aziendale per i leader delle piccole imprese. Sviluppata nell'ambito del Progetto RepUtAction, questa guida funge sia da quadro concettuale che da strumento pratico per assistere i professionisti dell'IFP nella progettazione, gestione e implementazione di attività formative che rafforzino le competenze relative alla reputazione nelle piccole e micro imprese.

Il Manuale risponde alla crescente necessità delle piccole imprese di costruire, gestire e proteggere la propria reputazione aziendale in un contesto di mercato altamente competitivo e dinamico. Dato il ruolo cruciale che la reputazione svolge per la sopravvivenza, la crescita e la sostenibilità a lungo termine di un'impresa, questo manuale supporta gli enti di formazione professionale e i formatori nel fornire ai leader delle piccole imprese le competenze necessarie per migliorare la fiducia, la credibilità e il coinvolgimento degli stakeholder.



INTRODUZIONE

Il Manuale è strutturato attorno a tre moduli formativi chiave, ognuno dei quali affronta una dimensione strategica della gestione della reputazione per le piccole imprese:

1. Reputazione aziendale orientata al mercato
2. La reputazione aziendale nelle relazioni pubbliche
3. Strategie di reputazione e credibilità online

Questo Manuale è strutturato in unità modulari pratiche e interconnesse che possono essere utilizzate come un percorso formativo completo. Ogni modulo include contenuti teorici, uno strumento di autovalutazione digitale, casi di studio e attività pratiche. Il Manuale adotta una metodologia di apprendimento misto che integra risorse digitali con apprendimento basato su problemi ed esperienziale, consentendo ai partecipanti di applicare le conoscenze direttamente nel loro contesto professionale o aziendale. Questo approccio flessibile può essere adattato ad ambienti di formazione online, ibridi o di persona.



INTRODUZIONE

Come utilizzare la guida

- 1. Leggere e comprendere la guida completa:** si incoraggiano i formatori a leggere la guida nella sua interezza per comprenderne appieno gli obiettivi, il contenuto e l'approccio pedagogico.
- 2. Coinvolgere i partecipanti attraverso attività pratiche:** esercizi e casi di studio sono progettati per simulare scenari aziendali reali, incoraggiando la partecipazione attiva e la risoluzione dei problemi.
- 3. Implementare l'apprendimento basato sull'esperienza:** gli studenti testano e perfezionano le strategie di reputazione attraverso esperienze sul posto di lavoro, utilizzando la riflessione e il feedback per rafforzare le competenze pratiche.
- 4. Utilizzare strumenti di valutazione e autovalutazione:** ogni modulo include strumenti di autovalutazione e valutazione finale per monitorare i progressi e i risultati dell'apprendimento.
- 5. Adattamento alle esigenze locali e organizzative:** i formatori possono personalizzare contenuti, metodi di erogazione ed esempi per garantire la pertinenza ai mercati locali e ai contesti aziendali.

Si incoraggiano tutti i fornitori di formazione professionale, i formatori e i facilitatori a integrare le attività e le risorse della guida nei loro programmi di formazione, poiché il Manuale funge non solo da strumento educativo, ma anche da percorso strategico per consentire ai leader delle piccole imprese di sviluppare una reputazione solida, credibile e sostenibile.



Guida Rapida per iniziare

Calendario	Attività	Sviluppo
Giorno 1	Orientamento	Presentare ai partecipanti gli obiettivi, le aspettative e gli strumenti del programma
Giorno 2	Modulo 1: Reputazione aziendale orientata al mercato	Caso di studio reale sulla reputazione orientata al mercato
Giorno 3	Modulo 2: La reputazione aziendale nelle relazioni pubbliche	Attività di apprendimento basata su problemi incentrati sulla gestione di una crisi nel contesto delle pubbliche relazioni
Giorno 4	Modulo 3: Strategie di reputazione e credibilità online	Esercizio basato sull'esperienza che simula la gestione della reputazione online
Giorno 5	Piattaforma di e-learning e strumento di autovalutazione	Completamento dei moduli di e-learning e dell'autovalutazione, revisione dei progressi e preparazione alla certificazione

Lista di controllo del formatore

- Confermare gli obiettivi di formazione e gli schemi delle sessioni
- Preparare materiali di presentazione e dispense
- Testare tutti gli strumenti e le piattaforme digitali
- Pianifica sessioni e invia inviti dal calendario
- Esaminare l'elenco dei partecipanti e le esigenze di apprendimento
- Raccogli feedback dopo ogni sessione
- Inviare il riepilogo finale della formazione e le raccomandazioni



INTRODUZIONE

La struttura del Manuale e come utilizzarlo



Una sezione introduttiva su
metodologia di apprendimento attivo



Una sezione sui gruppi di lavoro e
competenze manageriali chiave




Una sezione sulle **attività di formazione basate
sui moduli**

METODOLOGIA UTILIZZATA: ACTIVE TRAINING (AT)

Nell'opera fondamentale "Active Learning: Creating Excitement in the Classroom", compilata nel 1991 per l'Association for the Study of Higher Education e per l'ERIC Clearinghouse on Higher Education, Bonwell ed Eison hanno definito le strategie che promuovono l'apprendimento attivo come "attività di apprendimento che coinvolgono gli studenti nel fare cose e nel pensare a ciò che stanno facendo" (Bonwell ed Eison, 1991).

Gli approcci che incoraggiano l'apprendimento attivo danno priorità allo sviluppo delle competenze degli studenti piuttosto che alla semplice trasmissione di informazioni. Questi metodi richiedono agli studenti di impegnarsi attivamente, ad esempio leggendo, discutendo o scrivendo, in modi che coinvolgono il pensiero di ordine superiore. Spesso enfatizzano anche l'esplorazione da parte degli studenti dei propri atteggiamenti e valori (Brame, 2016).



L'apprendimento attivo aiuta a promuovere capacità di pensiero di ordine superiore come l'applicazione della conoscenza, l'analisi e la sintesi

L'apprendimento attivo coinvolge gli studenti in un apprendimento profondo piuttosto che superficiale e consente loro di applicare e trasferire meglio le conoscenze

L'apprendimento attivo è un **approccio didattico** che coinvolge attivamente gli studenti nel processo di apprendimento attraverso una serie di strategie come discussioni, problem-solving, casi di studio, giochi di ruolo e attività riflessive. Piuttosto che affidarsi esclusivamente alle lezioni tradizionali, questo metodo incoraggia gli studenti ad assumersi una maggiore responsabilità per il proprio apprendimento, mentre l'insegnante mantiene un ruolo chiave nel guidarli e supportarli. In questo contesto, sia **l'apprendimento basato sui problemi** sia quello **basato sull'esperienza** sono strategie ampiamente utilizzate.

- **Apprendimento basato sui problemi (PBL)** L'apprendimento basato sui problemi è un approccio didattico e curricolare incentrato su colui che impara, consentendo agli studenti di ricercare, collegare la teoria alla pratica e applicare le proprie conoscenze e competenze per creare soluzioni efficaci a un problema specifico. (Walker et al., 2015)
- **L'apprendimento basato sull'esperienza (EBL)** è un approccio di apprendimento attivo che enfatizza l'apprendimento attraverso l'esperienza diretta e la riflessione. Gli studenti acquisiscono conoscenze e competenze impegnandosi in attività autentiche come simulazioni, tirocini, lavoro sul campo o progetti pratici, e riflettendo poi su queste esperienze per approfondire la comprensione e collegare la teoria alla pratica. (Alabi, 2024)

Entrambi gli approcci sono in linea con i principi dell'apprendimento attivo, promuovendo il coinvolgimento degli studenti, il pensiero critico, la collaborazione e l'applicazione delle conoscenze oltre l'ascolto passivo.



Le opportunità di elaborare il materiale didattico attraverso **il pensiero, la scrittura, il dialogo e la risoluzione dei problemi** offrono agli studenti **molteplici possibilità di apprendimento.**

L'applicazione di nuove conoscenze aiuta gli studenti a **codificare informazioni**, concetti e competenze nella loro memoria, collegandoli alle informazioni precedenti, **organizzando le conoscenze e rafforzando i percorsi neutri.**

Lavorare sulle attività aiuta a creare **connessioni personali** con il materiale, aumentando la motivazione degli studenti ad apprendere.

L'interazione regolare con il facilitatore e i colleghi su attività e obiettivi condivisi contribuisce a creare un **senso di comunità** nell'ambiente di apprendimento.

Gli **insegnanti** possono **comprendere meglio** il pensiero degli studenti osservandoli e parlando con loro mentre lavorano.

INCORPORA L'APPRENDIMENTO ATTIVO NELLA TUA FORMAZIONE

Le attività di apprendimento attivo possono essere utilizzate per:

Ottenere studenti e aumentare la motivazione

Valutare le conoscenze pregresse degli studenti

Promuovere la risoluzione dei problemi e
approfondire l'apprendimento degli studenti

Valutare quando gli studenti hanno compreso il
materiale

Aiutare gli studenti a rivedere i materiali per un esame

Preparare gli studenti per un compito importante

Esplorare la rilevanza del materiale del corso nella vita
professionale o quotidiana degli studenti



Come iniziare con le tecniche di apprendimento attivo?

Che tu stia pensando di provare l'apprendimento attivo per la prima volta o che tu l'abbia già utilizzato in passato e voglia provare qualcosa di nuovo, queste sono strategie collaudate per coinvolgere gli studenti e concentrarsi sui concetti chiave del tuo gruppo. Inizia con una di queste e valuta di aggiungerne altre man mano che ti senti a tuo agio.

Interrompere la lezione ogni 15-20 minuti aiuterà a mantenere viva l'attenzione e l'interesse degli studenti mentre mettono in pratica ciò che stanno imparando.

SUGGERIMENTI da tenere a mente quando si testano nuove tecniche:

- Utilizzare problemi o domande che stimolino e interessino gli studenti;
- Spiega lo scopo dell'attività e sii chiaro su cosa vuoi che gli studenti facciano;
- Assegnare tempo sufficiente all'attività; alcune attività in classe richiedono solo 2-3 minuti, ma altre potrebbero richiedere più tempo;
- Suddividere le attività più lunghe in fasi o passaggi, in modo che gli studenti che finiscono prima non debbano aspettare e che gli studenti che hanno bisogno di più aiuto ricevano il feedback di cui hanno bisogno;
- Concediti del tempo per fare un debriefing e identificare i risultati alla fine dell'attività, per assicurarti che gli studenti ricevano un feedback da te e/o dai loro colleghi.

EROGARE CORSO DI FORMAZIONE

COINVOLGERE GLI STUDENTI NEL PROCESSO DI FORMAZIONE

Il coinvolgimento degli studenti è un fattore critico di successo nella formazione aziendale. Il coinvolgimento si riferisce alla partecipazione attiva, volontaria e motivata degli studenti durante tutto il processo formativo. Gli studenti coinvolti investono tempo e impegno, partecipano alle discussioni, completano i compiti in modo efficace e applicano ciò che apprendono.

Il coinvolgimento non va confuso con l'intrattenimento. Sebbene l'umorismo possa stimolare l'attenzione e la memoria, da solo non è sufficiente. Il vero coinvolgimento è guidato dalla motivazione interiore e dalla rilevanza.

Comprendere gli studenti adulti

Studenti adulti:

- Possono avere molteplici impegni professionali e personali
- Portano esperienze e aspettative diverse
- Potrebbero sentirsi distratto, annoiato o resistente a causa di esperienze di apprendimento passate

Gli studenti adulti sono più motivati quando:

- L'apprendimento è autodiretto ed esplorativo
- Il contenuto è breve, pratico e pertinente
- Feedback e incoraggiamenti vengono forniti regolarmente



PROGETTARE LA FORMAZIONE PER IL COINVOLGIMENTO

Non esiste una formula unica per il coinvolgimento, ma i programmi di formazione efficaci si basano sui seguenti principi:

Pilastri chiave per una formazione coinvolgente

- **Cultura dell'apprendimento:** una forte cultura dell'apprendimento aumenta l'impatto a lungo termine
- **Contenuti coinvolgenti:** materiale interattivo, creativo e chiaramente strutturato
- **Accessibilità:** metodi di distribuzione inclusivi e contenuti comprensibili
- **Rinforzo:** opportunità di applicare l'apprendimento oltre l'aula
- **Approccio basato sui bisogni:** allineamento tra i bisogni degli studenti e gli obiettivi organizzativi

Azioni pratiche per i formatori

I formatori dovrebbero:

- Analizzare le esigenze dei partecipanti e le lacune di competenze
- Definire obiettivi di apprendimento chiari
- Spiegare la rilevanza e i vantaggi della formazione
- Riconoscere e valorizzare la partecipazione degli studenti
- Personalizzare i contenuti e usare approcci creativi
- Integrare metodi di apprendimento misto (apprendimento online, gamification, apprendimento mobile e social)
- Incoraggiare l'interazione attraverso forum e discussioni di gruppo
- Progettare esperienze di apprendimento attive
- Incoraggiare la sperimentazione e l'apprendimento dagli errori
- Utilizzare la narrazione per aumentare il coinvolgimento emotivo



CREARE UN AMBIENTE DI APPRENDIMENTO POSITIVO

Un ambiente di apprendimento positivo fa sì che i partecipanti si sentano sicuri, apprezzati e motivati, favorendo la partecipazione e la collaborazione.

1. Ambiente di apprendimento materiale

L'ambiente materiale comprende spazi di apprendimento fisici e digitali. I formatori devono garantire:

- Sale di formazione adeguate e confortevoli
- Attrezzatura tecnica funzionale
- Spazi di apprendimento ibridi o online ben preparati

2. Clima di apprendimento

Il clima di apprendimento si riferisce all'atmosfera emotiva e sociale in cui avviene l'apprendimento. Un clima positivo aumenta la motivazione, la fiducia e la cooperazione.

Un utile modello è il modello PERMA di Seligman, che evidenzia cinque elementi del benessere:

- Emozioni positive: incoraggiate attraverso la gratitudine e la riflessione positiva
- Coinvolgimento: promosso attraverso concentrazione, flusso, discussioni e sfide
- Relazioni positive: costruite attraverso attività rompighiaccio e di lavoro di squadra
- Significato: Creato collegando l'apprendimento ai valori e ai punti di forza personali
- Risultato: raggiunto attraverso obiettivi chiari e realistici



SVILUPPO DELLE COMPETENZE TRASVERSALI E MANAGERIALI

Le **Hard skills (competenze tecniche)** sono le competenze e le conoscenze specifiche di cui tutti abbiamo bisogno per svolgere un lavoro, che possono essere acquisite e migliorate attraverso programmi di istruzione e formazione. Si tratta in genere di competenze quantificabili, facilmente definibili e valutabili.

Le **Soft skills**, al contrario, sono definite come un ampio gruppo di caratteristiche intra e interpersonali di conoscenza di sé, autogestione, atteggiamento, disposizione e personalità necessarie per il benessere personale e, di conseguenza, per il successo nel lavoro.

La **classificazione delle soft skill** varia. Tuttavia, non esiste un elenco univoco di competenze trasversali, ma è possibile trovare elementi comuni, ovvero le soft skill si dividono in tre gruppi principali:

Competenze personali: capacità di apprendimento, tolleranza allo stress, etica del lavoro, consapevolezza di sé, impegno, equilibrio di vita, creatività e innovazione.

Competenze sociali: comunicazione, lavoro di squadra, networking, negoziazione, gestione dei conflitti, leadership, adattabilità alle culture.

Competenze metodologiche/contenute: ad esempio orientamento al cliente/utente, miglioramento continuo, adattabilità al cambiamento, risultati, capacità analitiche e decisionali, capacità gestionali, gestione della ricerca e delle informazioni (Five, 2016).



COMPETENZE TRASVERSALI FONDAMENTALI NELLA FORMAZIONE E NEL POSTO DI LAVORO

Conoscenza di sé e fiducia in se stessi

La conoscenza di sé consente agli individui di comprendere i propri punti di forza, di debolezza, le proprie motivazioni e i propri limiti. Questa consapevolezza favorisce la fiducia in se stessi, la resilienza e la crescita professionale.

I formatori dovrebbero incoraggiare l'introspezione e normalizzare l'imperfezione e l'apprendimento attraverso il fallimento.

Consapevolezza e regolazione emotiva

- La consapevolezza emotiva implica il riconoscimento e la comprensione delle emozioni
- La regolazione emotiva implica la gestione costruttiva delle risposte emotive

Insieme, formano **l'intelligenza emotiva**, essenziale per interazioni efficaci sul posto di lavoro e per la leadership.

Lavoro di squadra

Le capacità di lavoro di squadra consentono ai singoli individui di collaborare efficacemente per raggiungere obiettivi condivisi. I formatori dovrebbero promuovere la cooperazione, l'adattabilità, il supporto reciproco e il feedback costruttivo.

Comunicazione e assertività

Una comunicazione efficace comprende elementi verbali e non verbali e deve essere adattata al pubblico e al contesto.

L'assertività consente agli individui di esprimere bisogni e opinioni in modo rispettoso, tenendo conto degli altri, il che la rende essenziale per la negoziazione, la leadership e la collaborazione.



IL FORMATORE COME LEADER E FACILITATORE

Il ruolo del formatore va oltre la semplice trasmissione di contenuti. I formatori svolgono il ruolo di leader e facilitatori, guidando le dinamiche di gruppo e i processi di apprendimento.

Caratteristiche chiave della leadership dei formatori

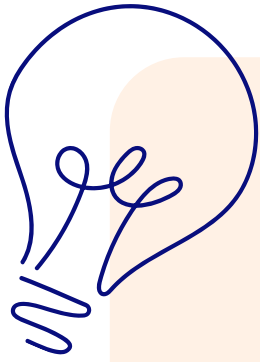
- Spontaneità e adattabilità
- Fiducia in se stessi e credibilità
- Stile di comunicazione chiaro
- Accettazione degli errori
- Impegno per l'apprendimento continuo

Comportamento dell'allenatore nella pratica

I formatori dovrebbero:

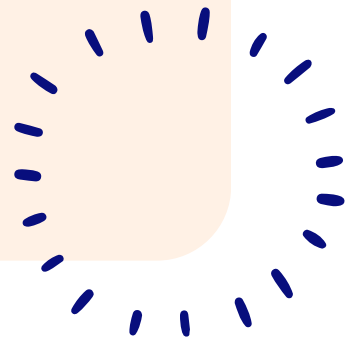
- Agire come facilitatori piuttosto che come docenti
- Incoraggiare l'interazione dei partecipanti
- Allineare la comunicazione verbale e non verbale
- Partecipare come membro del gruppo quando appropriato
- Gestire il tempo con rispetto
- Osservare e guidare il lavoro di gruppo in modo discreto
- Lasciare spazio alla riflessione e ai feedback





Qualità di un buon formatore

- Competenza
- Credibilità
- Metodo
- Capacità di godere
- Conoscenza degli obiettivi
- Coinvolgente
- Passione
- Desiderio di migliorare
- Fare insieme
- Creatività
- Osservazione
- Capacità analitiche
- Disponibilità
- Consapevoli dei limiti del proprio mestiere
- Onestà intellettuale
- Preparazione



MODULO 1

Reputazione aziendale orientata al mercato

Questo modulo offre una panoramica completa su come le dinamiche di mercato, le percezioni dei clienti e il posizionamento competitivo influenzano la reputazione aziendale.

La reputazione orientata al mercato si riferisce al modo in cui la reputazione di un'azienda è plasmata e influenzata dal suo posizionamento sul mercato, dalla percezione dei clienti e dal contesto competitivo generale. È così che le aziende gestiscono la propria immagine, il proprio marchio e la percezione del pubblico, con l'obiettivo di attirare l'attenzione sul mercato di riferimento e costruire la fiducia dei consumatori.

I partecipanti:

- Comprendranno i principi chiave della reputazione basata sul mercato.
- Esamineranno l'impatto della leadership e della cultura interna sull'immagine esterna.
- Scopriranno come valutare l'influenza della reputazione sulle performance aziendali.
- Scopriranno strumenti e tecniche pratiche per rafforzare e sostenere la credibilità sul mercato.



MODULO 1

Obiettivi di apprendimento:

- Comprendere i fondamenti della reputazione basata sul mercato;
- Esplorare il ruolo della leadership e della cultura aziendale interna nel plasmare la reputazione sul mercato;
- Scopri come misurare l'impatto della reputazione sui risultati aziendali;
- Identificare strumenti e tecniche per mantenere una reputazione positiva.

Metodi di apprendimento:

- Presentazione di casi di studio aziendali reali;
- Discussioni di gruppo e workshop;
- Esercitazioni pratiche per simulare la creazione, il monitoraggio e la gestione di un piano strategico di reputazione per l'azienda scelta.

Link alla piattaforma di [e-learning \(MOOC\)](#)



MODULO 1

Risultati attesi:

- Conoscenza di come costruire un marchio riconoscibile e affidabile;
- Capacità di implementare strategie che garantiscano un approccio incentrato sul cliente nella gestione della reputazione;
- Misurare l'impatto degli sforzi di CSR sulla reputazione del marchio;
- Capacità di raccogliere dati e approfondimenti per definire strategie di gestione della reputazione;
- Conoscenza di come le partnership con gli influencer possano migliorare la percezione del marchio.

ATTIVITÀ DI APPRENDIMENTO BASATE SU UN CASO STUDIO

Un caso studio è un'attività utile per analizzare e trarre spunto da uno scenario già sperimentato e che potrebbe verificarsi anche nella propria organizzazione.

- Presentare agli studenti un problema da risolvere o un caso di studio che rifletta un problema attuale nel campo della reputazione online.

Durata consigliata:

3 ore di formazione teorica e 2 ore di riflessione/attività



MODULO 2

La reputazione aziendale nelle relazioni pubbliche



Concentrandosi sull'uso strategico delle relazioni pubbliche, questo modulo esplora il modo in cui la comunicazione plasma la percezione del marchio e la fiducia.

Nell'attuale contesto frenetico e altamente connesso, la percezione del pubblico può cambiare in un istante, rendendo la comunicazione efficace più importante che mai. Le Relazioni Pubbliche (PR) svolgono un ruolo centrale nel plasmare, mantenere e talvolta ripristinare la reputazione di un'azienda.

Il Modulo 2 esplora i fondamenti e le funzioni strategiche delle PR in un contesto aziendale, con particolare attenzione al coinvolgimento degli stakeholder e alla comunicazione di crisi. Attraverso un mix di approfondimenti teorici e applicazioni pratiche, i partecipanti impareranno a creare messaggi trasparenti ed etici, a interagire in modo significativo con il pubblico e a gestire situazioni difficili con sicurezza.

I partecipanti dovranno:

- Applicare tecniche di pubbliche relazioni per rafforzare le relazioni con gli stakeholder.
- Sviluppare approcci strutturati per la gestione della reputazione durante le crisi.
- Adottare le migliori pratiche per una comunicazione etica, trasparente e coerente.



ESEMPI DI BUONE PRATICHE PER PAESE

Nome	Descrizione	Osservazione sulla reputazione
<p><u>Caffè Corsini</u></p> 	<p>Caffè Corsini, fondata nel 1950 ad Arezzo, in Toscana, è un'azienda storica nota per l'innovazione. È stata la prima azienda italiana a ricevere il marchio DOC e a certificarne l'origine sulla confezione, e la prima in Italia ad azzerare le emissioni di particolato atmosferico. Da oltre 70 anni, si distingue costantemente rispetto alla concorrenza.</p>	<p>Caffè Corsini è leader nell'innovazione del caffè italiano dal 1959, pioniere nella produzione moderna, primo caffè DOC italiano con etichettatura di origine (1987), pratiche ecosostenibili (2012) e formazione professionale attraverso la sua Academy (2005). Nel 2021, ha stretto una partnership con il Gruppo Melitta, continuando a puntare su qualità, sostenibilità e innovazione.</p>
<p><u>Valerio</u></p> 	<p>Valérius Têxteis, con sede a Barcelos, produce abbigliamento di fascia medio-alta, con una forte attenzione all'export e collaborazioni con importanti marchi globali come H&M, Moschino e Max Mara. Nel 2019, ha lanciato il progetto Valérius 360° da 9,9 milioni di euro per promuovere pratiche di economia circolare attraverso il riutilizzo degli scarti tessili, sottolineando il suo impegno per la sostenibilità e l'innovazione.</p>	<p>Valérius Têxteis è stata premiata per l'innovazione e la sostenibilità, vincendo il PwC Scale Up Award 2018 per una piattaforma di tracciamento degli ordini in tempo reale e lanciando il progetto Valérius 360° 2019 per riutilizzare i rifiuti tessili, ridurre l'impatto ambientale e promuovere pratiche di economia circolare, puntando a emissioni di carbonio prossime allo zero entro il 2030.</p>
<p><u>Carpo</u></p> 	<p>Carpo, fondata ad Atene nel 1991, è specializzata nell'importazione, lavorazione e confezionamento di frutta secca e frutta secca essiccata. Dispone di un moderno reparto produttivo con rigorosi controlli di qualità e si è espansa nel settore della vendita al dettaglio con la sua "5 Senses Experience", che offre frutta secca, cioccolato e caffè. Carpo gestisce attualmente otto negozi, cinque ad Atene e tre a Londra.</p>	<p>Carpo è riconosciuto per la qualità, l'autenticità e un'esperienza di vendita multisensoriale incentrata sul cliente. Combinando cibo gourmet con un design lussuoso e immersivo e utilizzando ingredienti greci locali, il marchio promuove le tradizioni culinarie mediterranee ed è diventato un nome leader nel settore gourmet in Grecia e all'estero.</p>

MODULO 2

OBIETTIVI

- Fornire una comprensione dei principi e del ruolo delle PR nella costruzione della reputazione aziendale.
- Sviluppare strategie di comunicazione per un coinvolgimento efficace degli stakeholder.
- Imparare le tecniche di gestione delle crisi per proteggere e ripristinare la reputazione.

Metodologie di apprendimento per questo modulo:

- Leggere e comprendere testi per costruire solide basi teoriche nelle relazioni pubbliche.
- Analizzare scenari di pubbliche relazioni per applicare i concetti a situazioni reali e sviluppare capacità di pensiero critico.
- Completare i quiz per valutare le conoscenze, ricevere un feedback immediato e rafforzare l'apprendimento e la memorizzazione dei concetti chiave.

COMPETENZE

- Sviluppa solide competenze di pubbliche relazioni e gestione della reputazione per aumentare la credibilità aziendale e la fiducia degli stakeholder.
- Acquisisci una comprensione più approfondita della comunicazione di crisi per identificare i rischi, rispondere in modo strategico e ripristinare la reputazione.
- Migliora il coinvolgimento degli stakeholder attraverso messaggi personalizzati e canali di comunicazione efficaci, favorendo relazioni a lungo termine e fedeltà al marchio.



MODULO 2

ATTIVITÀ DI APPRENDIMENTO BASATE SU

ESERCIZIO DI APPRENDIMENTO BASATO SUI PROBLEMI

I partecipanti assumono il ruolo di professionisti delle relazioni pubbliche, che affrontano sfide realistiche in ambito reputazionale, come conflitti tra stakeholder, controllo dei media o crisi organizzative. Analizzano il problema per identificare rischi per la reputazione, stakeholder chiave, lacune comunicative e questioni etiche.

Utilizzando teorie e framework strategici in ambito di pubbliche relazioni, i partecipanti sviluppano e giustificano una strategia di risposta strutturata, che include messaggi trasparenti, canali di comunicazione appropriati, coinvolgimento degli stakeholder e azioni di gestione delle crisi. L'esercizio si conclude con riflessione e discussione, consentendo ai partecipanti di valutare le proprie strategie e rafforzare la propria capacità di gestire la reputazione aziendale attraverso efficaci relazioni pubbliche.

Durata consigliata:

3 ore di formazione teorica e 2
ore di riflessione/attività

[Link alla piattaforma di e-learning \(MOOC\)](#)



MODULO 3

Strategie di reputazione e credibilità online

Nell'era digitale, la reputazione si plasma in gran parte online. Nel mondo iperconnesso di oggi, la reputazione online di un'azienda può decretarne il successo o il fallimento, soprattutto per le piccole e medie imprese (PMI) e le start-up. Grazie all'ascesa dei social media, delle recensioni digitali e della visibilità sui motori di ricerca, la percezione del pubblico si plasma in tempo reale, spesso senza il coinvolgimento diretto dell'azienda.

Questo modulo fornisce ai partecipanti le competenze per monitorare, proteggere e migliorare la propria presenza digitale.

I partecipanti:

- Scopriranno le tecniche di monitoraggio dei social media e le strategie di risposta efficaci.
- Affronteranno le sfide delle fake news, dei feedback negativi e delle crisi online.
- Esploreranno le tattiche per costruire credibilità per un coinvolgimento digitale e una fiducia a lungo termine.



MODULO 3

Obiettivi di apprendimento

La reputazione non è più solo una questione di pubbliche relazioni; è una componente essenziale della strategia aziendale complessiva. Questo modulo è pensato per aiutare le PMI a costruire identità online sostenibili e affidabili che si traducano in successo nel mondo reale.

In particolare questo modulo:

- Esplora le strategie essenziali per monitorare, gestire e migliorare la reputazione e la credibilità online;
- Fornire ai partecipanti le conoscenze e le competenze necessarie per gestire efficacemente la propria reputazione online;
- Fornire ai partecipanti gli strumenti per costruire la propria credibilità nel panorama digitale;
- Aiutare i titolari di PMI a proteggere la presenza online della propria azienda;
- Consentire ai partecipanti di garantire che gli obiettivi aziendali siano allineati con le aspettative delle parti interessate.



MODULO 3

Metodi di apprendimento:

- Un metodo di apprendimento misto, teorico e pratico;
- Laboratori interattivi;
- Casi di studio;
- Quiz.

Risultati attesi:

Al termine di questo modulo, i partecipanti saranno in grado di:

- Comprendere l'importanza della reputazione online e il suo impatto sul successo aziendale;
- Identificare i componenti chiave che contribuiscono a una reputazione online positiva;
- Implementare strategie per monitorare e gestire recensioni e feedback online;
- Sviluppare ed eseguire piani per costruire e mantenere la credibilità con le parti interessate.



MODULO 3

ATTIVITÀ DI APPRENDIMENTO BASATE SU



ESERCIZIO DI APPRENDIMENTO BASATO SULL'ESPERIENZA

L'apprendimento basato sull'esperienza immerge gli studenti in scenari realistici di reputazione. Gli studenti analizzano una situazione digitale reale o simulata, come recensioni dei clienti, feedback sui social media o risultati di ricerca, e applicano i concetti del corso per identificare sfide e opportunità in ambito reputazionale. Quindi sviluppano e propongono strategie per affrontare i rischi reputazionali, rafforzare la presenza positiva e rispondere efficacemente al feedback degli stakeholder. Attraverso l'applicazione pratica e la riflessione, gli studenti acquisiscono competenze pratiche nella gestione e nella protezione della reputazione online in contesti reali.

Durata consigliata:

3 ore di formazione teorica e 2
ore di riflessione/attività

**Link alla piattaforma di
[e-learning \(MOOC\)](#)**



SUGGERIMENTI PER LA FACILITAZIONE

Formazione online

I progressi tecnologici hanno creato nuove opportunità per l'istruzione e l'apprendimento. Gli strumenti digitali possono supportare l'insegnamento potenziando i metodi didattici tradizionali. Oggi, l'istruzione include sempre più componenti online, un cambiamento che è stato rapidamente accelerato dalla chiusura di scuole e università durante la pandemia. Di conseguenza, studenti e tirocinanti hanno dovuto rafforzare le proprie competenze digitali per raggiungere il successo.

L'apprendimento online può aumentare la motivazione degli studenti, migliorare l'interazione durante le lezioni e supportare uno studio indipendente efficace. Ha inoltre consentito lo sviluppo di approcci didattici innovativi come l'e-learning e l'apprendimento misto. Tuttavia, questi approcci richiedono nuove competenze e abilità, e molti formatori attualmente potrebbero non averle ancora pienamente familiari.

Suggerimenti per migliorare la formazione online

1. Registrare le lezioni, quando possibile
2. Accorciare le presentazioni
3. Cerca risorse gratuite
4. Raccogliere feedback dagli studenti
5. Priorità ai contatti personali



SUGGERIMENTI PER LA FACILITAZIONE

Formazione in presenza

La formazione in presenza è stata in gran parte interrotta durante la pandemia di Covid-19. Tuttavia, questo approccio sta ora vivendo una rinascita, poiché è stato perfezionato nel corso dei decenni e continua a offrire numerosi vantaggi. Uno dei vantaggi più significativi è l'interazione umana diretta tra formatore e studente. La presenza fisica, il tono di voce e la gestualità di un formatore efficace contribuiscono a una comunicazione più chiara e coinvolgente e aiutano gli studenti a memorizzare meglio le informazioni presentate.

Un altro vantaggio fondamentale è la possibilità di interazione immediata, che consente agli studenti di porre domande durante la sessione. Questo scambio diretto spesso porta a livelli di coinvolgimento più elevati rispetto alla formazione online.

Suggerimenti per migliorare la formazione in presenza

- Crea un progetto dettagliato da seguire
- Preparare diapositive efficaci per evitare che gli studenti perdano l'attenzione semplicemente ascoltando
- Essere consapevoli delle tecniche di comunicazione

Utilizzo della piattaforma di e-learning

L'apprendimento online ha rimodellato la formazione internazionale, eliminando le barriere geografiche e consentendo agli studenti di progredire al proprio ritmo. Questo cambiamento ha favorito la crescita di corsi online aperti su larga scala (MOOC), accessibili a chiunque abbia accesso a Internet e che hanno contribuito all'espansione e al miglioramento delle opportunità di istruzione e formazione.

VANTAGGI E SVANTAGGI DELLA FORMAZIONE ONLINE

Offre maggiore flessibilità nella programmazione della formazione per i tirocinanti.

Un'interazione sociale limitata può ostacolare la coesione e il legame del gruppo, rendendo più difficile per i formatori valutare il benessere emotivo e psicologico dei tirocinanti e potenzialmente portando a sentimenti di isolamento o a una ridotta motivazione.

Consente una rapida valutazione delle conoscenze e dei progressi di apprendimento dei tirocinanti.

I materiali didattici potrebbero essere eccessivamente incentrati sui contenuti e meno coinvolgenti, con minori opportunità di lavoro in coppia o in gruppo.

Riduce le spese amministrative e di viaggio sia per gli studenti che per i fornitori di formazione.

Problemi tecnici e competenze ICT insufficienti possono limitare la piena partecipazione.

Rende più facile ampliare l'accesso alla formazione per un numero maggiore di apprendisti.

Richiede un elevato livello di autodisciplina e motivazione da parte degli studenti.



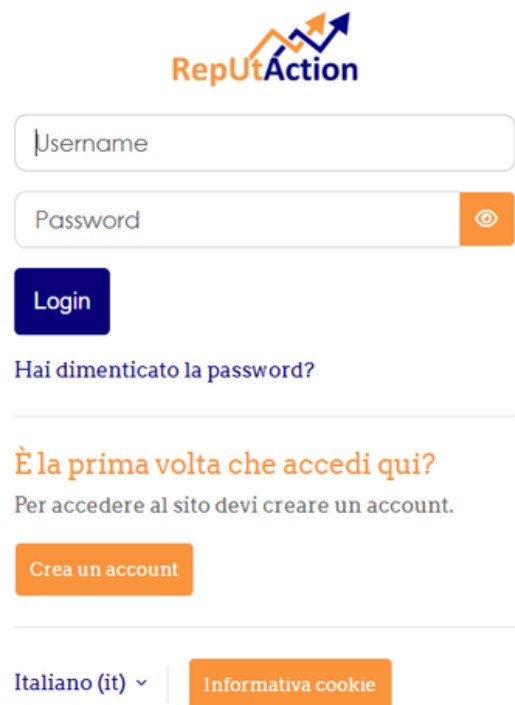
Utilizzo della piattaforma di e-learning



Scopo

Il MOOC (Massive Open Online Course) di RepUtAction è progettato per integrare il curriculum del progetto offrendo un ambiente di apprendimento aperto, flessibile e interattivo. Supporta piccole aziende e start-up nel migliorare la propria reputazione aziendale, costruire una solida fiducia da parte dei clienti e raggiungere il successo nell'attuale mercato digitale altamente competitivo.

Colmando le lacune dei metodi di formazione tradizionali, il ReputAction Learning Hub garantisce che gli studenti possano rafforzare le proprie competenze in ambiti quali la gestione della reputazione aziendale, la creazione di fiducia da parte dei clienti e il marketing digitale, consentendo strategie più efficaci.



The screenshot shows the RepUtAction login and registration interface. At the top right is the RepUtAction logo. Below it are two input fields: 'Username' and 'Password'. The password field has a toggle icon for visibility. A blue 'Login' button is positioned below the password field. Underneath the login button is a link: 'Hai dimenticato la password?'. A horizontal line separates the login section from the registration section. The registration section starts with the text 'È la prima volta che accedi qui?' in orange, followed by 'Per accedere al sito devi creare un account.' Below this is an orange 'Crea un account' button. At the bottom left, there is a language selector showing 'Italiano (it)' with a dropdown arrow. At the bottom right, there is an orange 'Informativa cookie' button.

Utilizzo della piattaforma di e-learning

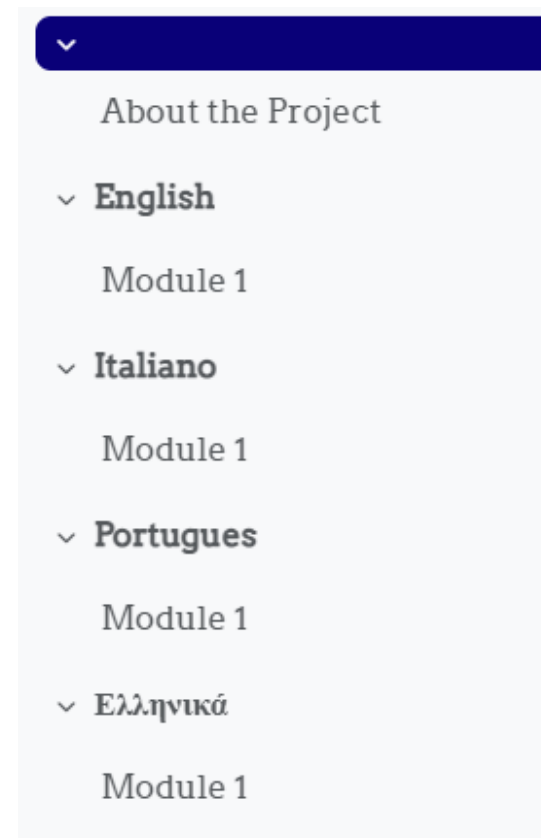
Qui troverete:



Caratteristiche

Il MOOC incorpora una serie di funzionalità per migliorare l'esperienza di apprendimento:

- **Moduli:** corsi strutturati che coprono argomenti essenziali quali reputazione aziendale, relazioni pubbliche e strategie di credibilità online.
- **Caso di studio:** un'analisi approfondita di uno scenario reale utilizzato per l'apprendimento e la risoluzione dei problemi.
- **Attività:** esercizi interattivi che rafforzano l'apprendimento attraverso la pratica nel mondo reale.
- **Accessibilità:** una piattaforma inclusiva che offre opzioni in più lingue, navigazione fluida e supporto per le tecnologie assistive.



Integrazione

Per ottenere il massimo impatto, il MOOC è adatto sia per formati di apprendimento indipendenti che misti. I formatori possono integrare i moduli nelle sessioni in aula, utilizzando i contenuti per supportare discussioni o compiti. Per i singoli studenti, fornisce una risorsa autonoma per integrare la formazione in presenza o per fungere da principale strumento di apprendimento quando la formazione tradizionale non è accessibile. Gli enti di formazione professionale sono incoraggiati ad abbinare il MOOC a strumenti digitali, come lo strumento di autovalutazione RepUtAction.

Benefici

Il ReputAction Learning Hub offre ai formatori una risorsa preziosa, con contenuti già pronti, supportati da ricerche e allineati agli obiettivi del progetto, contribuendo a risparmiare tempo di preparazione e a migliorare l'efficacia della formazione. Gli studenti beneficiano di una struttura flessibile che consente loro di apprendere al proprio ritmo, di rivedere le lezioni quando necessario e di accedere ai materiali online. Con un'enfasi su applicazioni pratiche e concrete, la piattaforma fornisce sia ai formatori che ai discenti gli strumenti per implementare strategie che migliorino la reputazione aziendale, rafforzino la fiducia dei clienti e raggiungano il successo nell'attuale competitivo panorama digitale.

**Link al MOOC:
[piattaforma di e-learning](#)**



Utilizzo dello strumento di autovalutazione RepUtAction

Scopo

Lo strumento di autovalutazione digitale RepUtAction è progettato per aiutare i leader di micro, piccole imprese e start-up a valutare il livello di preparazione della propria organizzazione in termini di reputazione aziendale. Offrendo un processo di valutazione strutturato e di facile utilizzo, lo strumento consente a imprenditori e manager di identificare punti di forza e aree di miglioramento, implementare azioni mirate e migliorare costantemente le proprie pratiche aziendali. Concentrandosi su informazioni pratiche e attuabili, lo strumento supporta le aziende nel costruire una reputazione più solida, conquistare la fiducia dei clienti e raggiungere un successo sostenibile.




**Quanto è solida la reputazione della tua azienda?
Scopri lo con il nostro strumento di autovalutazione
digitale !**

La reputazione aziendale è un asset strategico fondamentale per il successo di qualsiasi azienda, grande o piccola. Sei sicuro di sfruttarla al meglio?

Con questo quiz interattivo, puoi misurare il livello di preparazione della tua azienda nella gestione della reputazione, scoprire i punti di forza e identificare le aree di miglioramento. Bastano pochi minuti per rispondere a 15 domande mirate e ottenere una valutazione del tuo livello: **Bronzo**, **Argento** o **Oro**.

E non è tutto! Oltre al punteggio, riceverai suggerimenti di formazione personalizzati per rafforzare la tua strategia di reputazione e migliorare il tuo posizionamento sul mercato, le pubbliche relazioni e la credibilità online.

 Inizia subito il quiz e scopri il tuo **badge RepUtAction** !

Inizia il quiz



Co-funded by
the European Union

Self-Assessment Tool



The Self-Assessment Tool to evaluate your company's readiness.

Teacher: Admin User

Caratteristiche

Questo innovativo strumento digitale guida gli utenti attraverso una valutazione passo dopo passo della preparazione della propria reputazione aziendale, attraverso un questionario. In pochi minuti e 15 domande mirate, i leader possono misurare il livello di preparazione della propria azienda e ricevere una valutazione del proprio livello. Lo strumento si integra con la piattaforma di e-learning ReputAction, consentendo agli utenti di rivedere i moduli di formazione e consolidare le proprie conoscenze. Inoltre, monitora i progressi nel tempo, aiutando le aziende a monitorare l'impatto delle azioni implementate e ad affinare costantemente le proprie strategie di reputazione.

Tra i beneficiari figurano i leader delle PMI che partecipano attivamente al progetto, gli enti di formazione professionale che integrano il curriculum formativo e organizzazioni quali società di consulenza, associazioni di PMI e camere di commercio, che possono utilizzare lo strumento per fornire alle PMI dell'UE una consulenza innovativa sulla reputazione aziendale.

**[Link allo strumento digitale:
strumento aperto](#)**



Applicazione

I leader delle PMI possono integrare lo strumento di autovalutazione digitale ReputAction nelle loro strategie aziendali e nelle iniziative di gestione della reputazione. Può essere utilizzato per valutare il livello di preparazione della reputazione aziendale, guidare le discussioni dei leader e sviluppare azioni di miglioramento mirate. Applicato durante riunioni di management, sessioni strategiche o valutazioni degli stakeholder, lo strumento fornisce informazioni fruibili che aiutano i leader a prendere decisioni consapevoli per rafforzare la reputazione e il posizionamento di mercato della propria azienda.

Benefici

Utilizzando lo strumento di autovalutazione digitale ReputAction, i leader delle PMI possono creare piani d'azione efficaci che portano a miglioramenti misurabili della reputazione aziendale. Le informazioni generate consentono alle aziende di implementare strategie mirate, costruire la fiducia dei clienti e migliorare le prestazioni organizzative complessive. Nel lungo termine, promuovere una solida reputazione può portare a una maggiore fidelizzazione dei clienti, a migliori relazioni con gli stakeholder e a un'azienda più competitiva e resiliente, fattori chiave per un successo duraturo.

**[Link allo strumento digitale:
strumento aperto](#)**





CONCLUSIONE

Il **Manuale per gli Enti di Formazione Professionale (IFP)** può essere utilizzata come una risorsa completa per integrare la gestione della reputazione aziendale nei programmi di istruzione e formazione professionale (IFP). Attraverso il suo approccio strutturato, fornisce agli enti di formazione professionale gli strumenti, le metodologie e le strategie necessarie per rispondere alle esigenze in continua evoluzione dei dirigenti delle piccole imprese e delle loro imprese.

Concentrandosi su strategie di reputazione orientate al mercato, relazioni pubbliche e credibilità online, questa guida fornisce a formatori ed educatori le risorse per progettare programmi di formazione più coinvolgenti, adattabili ed efficaci.

Il **progetto RepUtAction** riconosce che la reputazione aziendale è un fattore critico per promuovere fiducia, credibilità e successo aziendale a lungo termine. Poiché le PMI devono affrontare sfide crescenti in mercati competitivi e dinamici, la necessità di strategie strutturate per la gestione della reputazione non è mai stata così forte.

Costruire e proteggere una solida reputazione aziendale è un processo continuo, che richiede apprendimento, riflessione e applicazione pratica continui. Questa guida fornisce le basi necessarie per dotare i leader delle piccole imprese delle competenze e delle conoscenze necessarie per migliorare la propria reputazione, garantendo resilienza, competitività e crescita sostenibile.

FONTI AGGIUNTIVE

- Alabi, M. (2024). Experiential Learning: Fostering Deep Learning through Active Engagement. [online] Research Gate. Available at: https://www.researchgate.net/publication/385684343_Experiential_Learning_Fostering_Deep_Learning_Through_Active_Engagement.
- Berkeley.edu. (2025). Active Learning | Center for Teaching & Learning. [online] Available at: <https://teaching.berkeley.edu/teaching-strategies/teaching-your-course/active-learning>.
- Bonwell, C.C. and Eison, J.A. (1991). Active Learning: Creating Excitement in the Classroom. ASHE-ERIC Higher Education Report No. 1.
- Brame, C. (2016). Active Learning. Vanderbilt University Center for Teaching.
- Walker, A., Leary, H., HmeloSilver, C.E. and Ertmer, P.A. (2015). Front Matter. In: Essential Readings in ProblemBased Learning. [online] Purdue University Press, pp.i-ii. Available at: <https://www.jstor.org/stable/j.ctt6wq6fh> [Accessed 17 Jun. 2019].

Finanziato dall'Unione Europea. I punti di vista e le opinioni espressi sono tuttavia esclusivamente quelli dell'autore/degli autori e non riflettono necessariamente quelli dell'Unione Europea o dell'Agenzia esecutiva europea per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione Europea né l'EACEA possono essere ritenute responsabili per essi.

