



Curriculum



Workbook 4

MODULO 3 – LAVORARE CON
I JOB SEEKER

Contenuti

MODULO 3 – LAVORARE CON I JOB SEEKER	Error! Bookmark not defined.
3.1 Di cosa parla questo modulo?	4
3.2 Obiettivi formativi.....	5
3.3 Il Job Broker come “caregiver”	6
3.5 Valutazione (delle competenze), impostazione dell’obiettivo e piano d’azione	21
RICONOSCIMENTI E DISCONOSCIMENTI	Error! Bookmark not defined.
Allegati.....	Error! Bookmark not defined.
Allegato 1.....	41
Allegato 2.....	47
Allegato 3.....	48

MODULO 3 – LAVORARE CON I JOB SEEKER

3.1 Di cosa parla questo modulo?

Le persone che versano in condizioni di vita e lavorative particolarmente difficili soffrono dell'ingiustizia della loro situazione (scarso potere e autorità, povertà) e internalizzano la situazione come una loro incapacità o un loro fallimento. Probabilmente hanno la sensazione di non essere sul carro del vincitore. Dunque, per i job seeker la ricerca del lavoro è una questione estremamente personale ed emotiva. La maggior parte delle persone disoccupate da lungo tempo vedono il mercato del lavoro come un sistema astratto. Hanno paura di non riuscire ad avere un lavoro, il che in molti casi definisce anche lo status e il riconoscimento sociale. Riguarda anche la percezione del proprio valore. In una situazione così complessa, è importante che il job broker abbia il giusto insieme di capacità e il livello di competenza per fornire ai clienti i suoi servizi di job brokerage e aiutarli a soddisfare le loro speranze e aspettative. È importante avere un approccio che si concentri sui bisogni dei job seeker e li aiuti a superare le loro barriere verso il lavoro.

Questo approccio si basa sul concetto di empowerment. Il termine **empowerment** fa riferimento alle misure progettate per aumentare il grado di autonomia e di autodeterminazione nelle persone e nelle comunità con l'obiettivo di renderle in grado di rappresentare i propri interessi in un modo responsabile e autodeterminato, agendo sulla base della loro stessa autorità. L'empowerment come azione fa riferimento sia al concetto di self-empowerment sia al supporto professionale delle persone, che permette loro di superare il loro senso di inefficacia e di incapacità di essere influenti, e di riconoscere e utilizzare le loro risorse.

I principi guida dell'empowerment sono:

- Rispettare un individuo per quello che è, mostrargli nuovi modi e azioni alternative e sviluppare possibilità assieme a lui
- Promuovere la consapevolezza rispetto alle risorse individuali e ambientali. Esistono diversi strumenti per promuovere questa consapevolezza.

L'empowerment può essere descritto come un processo che ha l'obiettivo di dare potere agli individui o ai gruppi per cambiare le loro condizioni di vita e raggiungere un alto livello di autodeterminazione. Attraverso l'approccio dell'empowerment, gli individui o i gruppi dovrebbero essere incoraggiati a utilizzare le loro risorse personali e sociali (spesso inutilizzate) così come le loro capacità di partecipare con l'obiettivo di avere (di nuovo) un controllo sul progettare la loro "dimensione esistenziale". La cornice di riferimento delle condizioni del gruppo (l'ambiente sociale e politico) deve sempre essere preso in considerazione in virtù della sua influenza sull'esistenza e sullo sviluppo delle risorse. Promuovere la partecipazione e costituire una comunità sono strategie essenziali del processo di empowerment.

L'empowerment può essere scomposto in un'attitudine di base, un processo, una struttura e un risultato.

- Attitudine di base: è orientata alle risorse, andando incontro al cliente e guardandolo negli occhi con stima; i clienti sono considerati come i maggiori esperti della loro situazione.
- Processo: Riflessione e trasferimento delle conoscenze, senza tener conto dei pregiudizi; gestione del supporto
- Struttura e risultato: aprirsi alle opportunità che permettono un cambiamento auto-determinato delle condizioni di vita, empowerment, ottenimento di potere e influenza sulla propria vita.

L'empowerment deve essere considerato sistemico. Parte dal "soggetto" e ritorna al "soggetto" attraverso tutte le attività in processi di rete e circolari. Per questo è sempre importante tenere a mente il soggetto e abbandonare il livello gerarchico o paternalistico.

3.2 Obiettivi formativi

Con l'obiettivo di realizzare quanto sopra, questo modulo possiede i seguenti obiettivi formativi:

- Spiegare l'approccio dell'Empowerment - lavorare con i punti di forza del cliente non con i punti deboli - conoscenza del metodo
- Conoscere le specifiche abilità e bisogni dei diversi gruppi di job seeker
- Essere in grado di incoraggiare e tranquillizzare il cliente
- Essere in grado di fare una riflessione sul proprio lavoro

- Conoscere tecniche di coaching e chiarificazione dei ruoli e dei principi di cooperazione (profiling, valutazione del job seeker, tecniche di autovalutazione)
- Conoscere le tecniche del colloquio e di conversazione
- Conoscere la gestione del conflitto e le tecniche di de-escalation
- Essere in grado di comunicare in modo efficace e di risolvere conflitti (ascolto attivo, conversazione stimolante)
- Essere in grado di sviluppare un piano d'azione assieme ai job seeker
- Essere in grado di acquisire e assumere job seeker

3.3 Il Job Broker come “caregiver”

Se inseriamo il job broker nel contesto del concetto di empowerment possiamo vederlo come qualcuno che deve prendersi cura dei suoi clienti. Lui offre ai suoi clienti il suo supporto rispetto alle domande sulle questioni quotidiane e si assicura che venga trovata una risposta ad ogni domanda o problema.

Vediamo il job broker come una persona che i clienti possono contattare per qualsiasi tipo di problema, come qualcuno che fa di tutto per aiutare le persone a diventare attive e a modificare e controllare le proprie condizioni di vita. Il job broker li supporta come un bravo caregiver nel raggiungimento dei loro obiettivi. Crea le condizioni affinché le persone abbiano successo nello scoprire i loro punti di forza e contribuisce in varie forme all'auto-organizzazione dei clienti. Il job broker crea, da caregiver, il clima sociale che supporta questi processi come empowerment.

Il job broker prepara i suoi clienti per un cambiamento auto-determinato del proprio modo di vivere. Lavora con loro all'analisi dei loro stessi bisogni e alla pianificazione dell'azione individuale. Li prepara passo passo alla ricerca del lavoro e per lavorare con successo una volta assunti.

ATTIVITÀ 3.3.1



Sul tema dell'empowerment è stata prodotta molta letteratura, ma ci sono anche informazioni disponibili gratuitamente sul web. **Informati su quelli che sono gli elementi fondamentali dell'empowerment e impara le basi dell'argomento.**

ATTIVITÀ 3.3.2

Descrizione del caso:

Kevin ha cercato lavoro per molto tempo. Finora non ha avuto possibilità. Ha inviato due dozzine di domande. È stato tutto inutile. Nessun datore di lavoro vuole incontrarlo. Non ha ricevuto neppure la proposta di un tirocinio o di un giorno di prova. Kevin ha 21 anni e vorrebbe studiare, lavorare e guadagnare - come molti altri. Vuole possedere un appartamento. Finora, ha vissuto una vita non esattamente normale.

All'età in cui i bambini vengono aiutati dai genitori, in modo da poter poi andare al liceo, Kevin e la sua famiglia sgombravano il loro appartamento. Suo padre, un alcolista che picchiava Kevin, sua madre e sua sorella, non aveva pagato l'affitto. All'età in cui i bambini venivano interrogati dalle loro madri sul vocabolario, lui aiutava sua madre a cacciare suo padre di casa. Allora aveva 15 anni. All'età in cui gli altri ragazzi andavano al college, Kevin lasciava la scuola superiore senza nessun diploma. È andato in giro, si è fatto coinvolgere in risse e rapine. Nel frattempo, ha completato la scuola superiore, ma la sua fedina penale è compromessa.

Kevin ha ottenuto una volta un lavoro da un euro organizzato dal centro per l'impiego e ha passato qualche mese in un progetto di preparazione al lavoro.

Compito: immagina che questa persona venga in consulenza da te. Come ti muoveresti? Scrivi il tuo approccio in parole chiave.



Qui sotto troverai una lista di possibili step nel lavoro con i clienti:

→ Analisi dei bisogni:

- dovrebbe essere esplorato lo status quo dei job seeker e fatto un profilo (analisi delle competenze)
- esplorare gli interessi e la motivazione dei job seeker in termini di orientamento al lavoro, impiego o possibile VET e ulteriori misure formative
- identificare i possibili ostacoli al collocamento ed evidenziare dei primi passi per la risoluzione
- Consulenza - identificare eventuali problemi sociali, familiari o di salute, esplorare le barriere per intraprendere il lavoro
- Consulenza delle qualifiche individuali - scoprire quali sono i bisogni formativi.

→ Piani d'azione:

- esplorare i talenti nascosti, il potenziale e le esperienze che potrebbero facilitare l'assunzione,
- Pianificare assieme al job seeker la carriera, stipulare un accordo tra il job broker e il job seeker che definisce i passi successivi (in forma scritta), valutati e aggiornati dopo tre mesi

→ Preparare il job seeker per il lavoro:

- informare il job seeker rispetto al mercato del lavoro e ai requisiti dei dipendenti in vari ambiti professionali,
- preparazione di documenti da presentare che siano aggiornati e professionali,
- formazione applicativa - elementi da inserire nel CV,
- interviste formative,
- tecniche di teach-talk e di presentazione
- formazione IT,
- Workshops e coaching individuale, per rafforzare le abilità individuali,

- consigli di stile,
- gestione del tempo e dello stress, corsi sanitari

3.4 Colloqui di consulenza

Fare consulenza ai job seeker è un processo che spesso consiste in colloqui individuali di counseling (format alternativi prevedono sessioni di gruppo, consulenza telefonica, consulenza web, ecc). Perciò, i job broker che lavorano con i job seeker devono guidare e dirigere la sessione di consulenza: guidare nel senso di mostrare compassione, comprendere e concedere; dirigere, al contrario, nel senso di interrompere, intervenire, esprimere idee, porre domande, fare proposte ed estendere o ridurre la complessità. Ovviamente, in questa posizione, i job broker hanno molte possibilità, ma devono affrontare anche molte sfide.

È essenziale comprendere i job seeker come individui con storie e caratteristiche distinte ed empatizzare con la loro prospettiva. I clienti potrebbero non aver scelto di ricorrere alla consulenza volontariamente e potrebbero trovarsi in difficoltà nella posizione di persona in cerca di consiglio. È cruciale utilizzare modalità comunicative e comportamenti ben scelti per creare una base reale per la cooperazione e la conversazione al di là della natura gerarchica della situazione.

I job broker devono cercare di comprendere le motivazioni e il background del cliente, ma anche lo scopo delle sue azioni. Devono tenere a mente che ogni persona costruisce la sua realtà e basa le sue decisioni e azioni sulla visione del mondo che ne deriva.

Allo stesso modo, i job broker devono riflettere sulle loro reazioni, impulsi e modalità di interazione con il cliente. La comunicazione è più fruttuosa quando le persone coinvolte stabiliscono una realtà e una visione del mondo condivisa.

ATTIVITÀ 3.4.1

Le competenze conversazionali sono la chiave per una consulenza che abbia un certo successo. C'è molta letteratura sull'argomento specifico, inclusa ma non limitata alle informazioni gratuitamente disponibili su internet. Soddisfa la tua curiosità e ottieni informazioni su ciò che devi tenere a mente per quanto riguarda i modelli di comunicazione nei colloqui di consulenza.

Sulla base della tua ricerca, riassumi gli aspetti che ritieni siano più importanti e cerca di annotare i "sì" e i "no" della comunicazione nei colloqui di consulenza.



Attitudini alla consulenza e controllo del dialogo:

Attitudine alla consulenza:

“Solo in un ambiente in cui si sente apprezzato, l’individuo può evolvere positivamente” è uno degli assunti chiave della comunicazione orientata al cliente, secondo gli insegnamenti di Carl Rogers.

È importante non parlare né spiegare troppo ma, al contrario, ascoltare e osservare attentamente. Questo dà ai counselor la possibilità di avere una visione che sia la più accurata possibile del cliente. In particolare, “l’ascolto attivo” mostra al partner del dialogo che prendi sul serio le sue argomentazioni e le sue prospettive e accetti le sue paure, i suoi bisogni e le sue posizioni. In ogni caso, questo non significa necessariamente essere d’accordo con le opinioni del cliente. Per esempio, puoi formulare le tue preoccupazioni in questo modo: “Comprendo profondamente che tu [...]. In ogni caso, l’attuale situazione del mercato del lavoro richiede che [...].”

L’empatia, l’interesse e l’apprezzamento sono cruciali quando si tratta di motivare le persone a cooperare. Queste cose si riflettono nel linguaggio del corpo, nel contatto visivo e nell’intonazione così come nelle parole, nelle frasi e nelle modalità di comunicazione. Quando il cliente ha la sensazione che le sue paure non vengono prese sul serio e che i suoi desideri vengono visti come “sbagliati” o “problematici”, non sono disposti ad aprirsi e cooperare. Quando è possibile, i counselor dovrebbero scegliere delle formulazioni positive che empowerino e motivino le persone in cerca di consiglio. I punti di forza e i talenti del cliente - come le competenze sociali, l’esperienza lavorativa, e le ricerche dei possibili datori di lavoro, domande applicative ben progettate, buone abilità comunicative o una riflessione approfondita sulle possibilità individuali nel mercato del lavoro - dovrebbero essere centrali ed enfatizzate. Inoltre, esprimere empatia e comprensione agevola lo stabilirsi di una relazione fruttuosa. Queste dovrebbero essere espresse in modo esplicito nel corso del colloquio di consulenza (“Posso facilmente comprendere che [...]”, “Posso immaginare che [...]”). Assieme a questo, fare

domande è un modo semplice di mostrare che sei sinceramente interessato alla situazione del cliente e che cerchi di comprendere le sue reazioni emotive.

Velocità della consulenza:

La velocità del processo di consulenza deve essere adattata individualmente al cliente specifico e/o deve essere determinata dal cliente stesso.

Sensibilità di genere e linguaggio (sensibile) di genere:

Il sesso, il genere e la percezione su cosa voglia dire essere “maschio” o “femmina” può avere un’influenza cruciale nel processo di consulenza. La nostra capacità di riflettere sugli stereotipi di genere, sui loro effetti sul lavoro, sulla vita e sulla consulenza e sulla nostra parzialità è perciò fondamentale. Se siamo consapevoli di questi aspetti e li comunichiamo in modo professionale, si possono aprire nuove strade e possibilità per il cliente. Per fare ciò, ha un ruolo chiave mantenere un linguaggio semplice e facilmente comprensibile e al tempo stesso sensibile rispetto al genere.

Porre domande:

Il dialogo dovrebbe essere per prima cosa strutturato dalle domande del counselor. Ma nota che sono accettabili solo le domande che sono connesse al processo di consulenza e agli obiettivi. Le domande dovrebbero essere chiare e facilmente comprensibili e devo essere livellate sulle abilità verbali del partner nel dialogo. Per evitare insomprensioni, un counselor dovrebbe rendere trasparente il contesto delle sue domande (p.es. “Questa domanda potrebbe sembrarti strana, ma prendendo in considerazione i tuoi obiettivi formativi successivi è importante per me avere queste informazioni”). I termini tecnici e le abbreviazioni potrebbero essere ovvi per te, ma potrebbero frustrare e confondere il cliente. In aggiunta a questo, molti clienti - specialmente quelli non di madrelingua - potrebbero non osare chiedere. Sono inoltre da evitare domande che sono o sembrano invadenti o intrusive o sono puramente di “interesse terapeutico” per il counselor.

Idealmente, dovrebbe essere fatta solo una domanda alla volta per facilitare la concentrazione del cliente. Brevi periodi di silenzio stimolano il cliente a parlare e a raccontare un po’ di più. Comunque, nel caso tu non sia sicuro di aver ben capito o interpretato cosa il tuo partner nel dialogo ha appena detto, è meglio chiedere una volta di più che una di meno.

Tenere a mente la comunicazione non verbale:

Come illustrato dal modello dell'iceberg della comunicazione, solo il 20% della comunicazione avviene a un livello fattuale o oggettivo, mentre il restante 80% avviene a livello di emozioni e relazioni sociali. Per questo motivo, la riuscita di un processo di consulenza dipende molto da una buona relazione di fiducia tra il cliente e il counselor. Ogni rispettivo investimento ha valore! Osservare segnali non verbali, modalità di espressione e modalità di comportamento della persona alla ricerca di suggerimenti fornisce informazioni essenziali per stabilire questo tipo di relazione. Se ricavi determinate impressioni - per esempio che il cliente è straordinariamente calmo o loquace, non vuole aprirsi o è riluttante - la questione può essere indirizzata in modo educato, approvante e oggettivo (p.es. "Ho avuto l'impressione che tu non abbia voglia di parlare di questo argomento. Ho ragione? C'è qualcosa di particolare che ti preoccupa?", "Sembra che tu abbia molto da dire rispetto a questo argomento. Vorrei proporti però di focalizzarci prima su [...].").

Ascolto attivo:

L'ascolto, ma soprattutto l'ascolto attivo, è la base di una buona consulenza, specialmente quando la persona in cerca di consigli parla di problemi, dubbi e paure. Piccoli segni non verbali - come segni di assenso e approvazione - così come una postura aperta di fronte al cliente, mostrano che sei concentrato e interessato e che stai "attivamente" cercando soluzioni o cercando di capire la situazione. Questo potrebbe incoraggiare gli interlocutori ad aprirsi. Allo stesso modo, brevi riassunti con le tue parole ("parafrasi") sono un altro modo per avere una comprensione più profonda della situazione del cliente e invitarlo a spiegarsi più nel dettaglio.

Dal momento che ascoltare non vuol dire necessariamente essere d'accordo su tutto, dovresti provare a comprendere il modo di pensare del cliente.

Questo ti permette di reagire in modo adeguato alle loro preoccupazioni e bisogni e prendere misure correttive quando è necessario. Le domande che fanno emergere discrepanze o assunti sbagliati o stimolano il cliente a pensare a possibili soluzioni, possono essere d'aiuto.

Rimanere oggettivo:

Specialmente quando il counselor e il cliente esperiscono disaccordi o tensioni, è essenziale rimanere sul fatto concreto e discutere dell'argomento in modo aperto e calmo. Quando le persone che cercano consiglio reagiscono in modo aggressivo, sminuente o arrogante, il counselor dovrebbe rimanere calmo e indirizzare attivamente la rispettiva modalità di

comunicazione disfunzionale. È importante che il counselor non prenda sul personale il comportamento del cliente: in generale, riflette principalmente lo stato emotivo del cliente e potrebbe essere - per esempio - la conseguenza di paure o dubbi rispetto a se stesso. Se necessario, il counselor dovrebbe ricordare al cliente i ruoli, le gerarchie e le condizioni (legali) generali del contesto della consulenza (p.es. “In quanto esperto del mercato del lavoro, ho bisogno di dirti che le prospettive professionali in quell’area sono molto limitate.”).

Definire i confini:

Fare consulenza professionale significa anche essere consapevole dei limiti e dei confini della persona ed esprimere chiaramente cosa la consulenza può e non può fare! È una competenza chiave di ciascun counselor saper comunicare i confini in modo chiaro ma educato, per non rischiare che la persona che cerca supporto si senta sminuita, non accettata o alla mercè di qualcun altro. Quando è necessario, potrebbe essere una buona idea informare l’altro delle opzioni alternative - come la consulenza psicologica per le persone con difficoltà d’apprendimento o ansiose, la consulenza per i debiti, gli uffici che offrono aiuto sul piano legale o la psicoterapia - e delle condizioni istituzionali generali.

In ultimo ma non per importanza:

La consulenza non prescinde dal dare la libertà alla persona che ha richiesto consiglio di fare le sue scelte e i suoi errori e di prendersi la sua responsabilità.

ATTIVITÀ 3.4.2

In questa attività, una persona interpreta il ruolo del job broker e un'altra quello del job seeker del case study.

Formare gruppi di due per ricreare una situazione di consulenza nel role play: una persona impersona il cliente, l'altra persona il counselor. Come ispirazione, potete utilizzare il case study descritto in uno degli esercizi precedenti, un esempio reale dalla tua esperienza professionale - un caso che ti ha fatto mettere in discussione o un caso che ti è rimasto in mente per altri motivi - o un esempio inventato. A seconda del tempo a disposizione di ciascun gruppo, potrebbe non essere rilevante ricreare l'intera sessione di consulenza né il processo. Per questo, devi scegliere degli specifici passaggi della consulenza su cui focalizzarti.

Il seguente modello ideale di sei fasi della comunicazione può servire come orientamento nel decidere il passaggio:

- 1) Apertura - Invito e primo contatto, chiarificazione del contesto e delle condizioni
- 2) Consultazione - Analisi della situazione, delle risorse e della motivazione
- 3) Stabilire gli obiettivi
- 4) Passaggi per la soluzione - I passaggi per la soluzione e i bisogni dal punto di vista del cliente, i passaggi per la soluzione e la gamma di possibilità dal punto di vista del counselor
- 5) Accordo su cosa fare e documentazione
- 6) Conclusione

Dopo il role play, la persona che ha interpretato il cliente dovrebbe dare un feedback su come ha percepito la situazione del colloquio dal punto di vista del cliente (p.es. formulazione delle domande, linguaggio del corpo, espressioni facciali).

Alla fine, ripetere il role play scambiandosi i ruoli!

Annota i risultati della conversazione. Potrebbero esserti utili per riflessioni successive con i colleghi.

ATTIVITÀ 3.4.3

Ora vorremmo invitarti a discutere delle scoperte e delle esperienze del tuo role play. Le domande di seguito potrebbero esserti d'aiuto nella discussione:

Domande per la discussione:

Sei riuscito a creare un clima di fiducia e come lo hai stabilito?

Hai incontrato problemi? Cosa puoi fare di diverso?

Cosa hai imparato dal tuo lavoro con i clienti?



Con l'obiettivo di promuovere i processi di empowerment, per prima cosa è più importante fare domande che dare risposte. Assieme al cliente si è avviato un processo di ricerca congiunto.

Sono necessari i principi di base elencati qui sotto:

- Orientamento delle risorse e delle competenze
- Orientamento del processo
- Orientamento dell'obiettivo
- Ottimismo
- Disponibilità a costruire relazioni lavorative con pari diritti
- Responsabilità e controllo
- Fiducia nei poteri e nelle competenze delle altre persone
- Disponibilità a condividere il potere.

Ecco alcune domande chiave per il supporto professionale:

- Sotto quali condizioni le persone riescono a scoprire i loro punti di forza assieme agli altri?
- Cosa aiuta a rendere le persone attive nel modificare e controllare le loro condizioni di vita?
- Come puoi aiutare a supportare le diverse forme di auto-organizzazione?
- Come puoi creare un clima sociale che supporti i processi di empowerment?
- Quali sono le conseguenze di queste esperienze nelle persone coinvolte nel processo?

3.5 Valutazione (delle competenze), impostazione dell'obiettivo e piano d'azione

Gli strumenti e i test utilizzati per aiutare le persone a comprendere come i loro interessi, le loro attitudini, le loro abilità, la loro personalità e le loro predisposizioni influenzano il loro potenziale per il successo e la loro soddisfazione in una particolare carriera o linea di lavoro, sono universalmente conosciuti come valutazioni di carriera. Nel corso degli ultimi cento anni, le valutazioni di carriera hanno influenzato in maniera importante lo sviluppo delle carriere negli Stati Uniti e hanno avuto un impatto sull'economia. Le valutazioni occupazionali di carriera sono in genere utilizzate dai consulenti di carriera nelle scuole superiori e nelle università, dai consulenti di riabilitazione lavorativa, dagli executive coach, dai centri per i servizi di forza lavoro e dagli individui che vogliono semplicemente prendere la migliore decisione di carriera possibile per loro stessi.

Tipologie di valutazione di carriera

Per quanto le valutazioni di carriera in genere si focalizzano sull'identificare delle opzioni di carriera sulla base delle caratteristiche personali, le valutazioni hanno varie forme e variano tra loro in svariate dimensioni. Le valutazioni di carriera possono anche far emergere dei bias personali - dal momento che spesso sono basate su criteri che una persona o un gruppo considera più importanti nella selezione di un percorso di carriera. Qui di seguito sono elencati una serie di punti di variabilità tra le più comuni valutazioni di carriera:

Metodologia - Le valutazioni sono tipicamente di natura quantitativa o qualitativa. Le valutazioni quantitative tentano di misurare caratteristiche, abilità e qualità che influenzano la capacità individuale di riuscire e di trovare soddisfazione in un particolare percorso. Le valutazioni qualitative sono progettate per aiutare gli individui a esplorare i loro obiettivi personali e occupazionali e le loro preferenze con l'obiettivo di fare chiarezza e di prendere decisioni rispetto alla carriera più consapevoli.

Caratteristiche misurate - Uno dei punti di maggior variabilità tra le valutazioni sono le specifiche caratteristiche misurate. Mentre alcune valutazioni si focalizzano sui valori e sugli interessi personali, altre sono marcatamente orientate verso l'insieme di attitudini e competenze.

Validità - Quanto le diverse valutazioni siano valide è una bella domanda. Specialmente per quanto riguarda quelle disponibili su internet. In molti casi, le valutazioni mancano di "validità", che di base si traduce in quanto i risultati di una valutazione possono essere utili al singolo individuo. Quando è difficile stabilire la validità di una valutazione, i risultati dovrebbero essere interpretati con attenzione e non dovrebbe essere dato loro troppo peso.

Profilo di clientela selezionato - Le valutazioni possono essere generali o specifiche. Per esempio, valutazioni di carriera molto comuni come il Myers-Briggs Type Indicator, lo Strong Interest

Inventory e il Careerscope sono valutazioni generali progettate per essere virtualmente applicate in qualunque settore. Altre valutazioni sono progettate per specifici settori e mercati.

ATTIVITÀ 3.5.1



Come spiegato sopra, ci sono diverse tipologie di valutazione di carriera. Qui vogliamo mostrarti alcuni esempi di strumenti di valutazione per le competenze dei job seeker. Alcuni sono tecniche di autovalutazione, altri sono pensati per essere utilizzati sotto la guida di un job broker. Qui sotto troverai una lista di diversi esempi di strumenti per la valutazione delle competenze:

- Profilpass: www.profilpass-international.eu/files/pp_english.pdf [18.03.17]
- Skills Profiler: www.careerinfonet.org/skills/default.aspx?nodeid=20 [18.03.17]
- Motivated Skills Inventory: www.seriousjobseeker.net/exercise/skills.php [18.03.17]
- Il metodo “My learning experiences”:
<http://www.naviguide.net/methods/mhbshow.asp?id=513&sid=&look=0&oberthema=9&unterthema=0&zielgruppe=0&art=0&dauer=0&akt=0&zz=25&lang=353&SPage=8&sort=titelauf&Page=1&index=93> [18.03.17]
- Il metodo “What do I have to offer?” (Allegato 1)
- Il metodo “The training path” (Allegato 2)

Il tuo compito:

- 1) Scegli almeno due diversi approcci/strumenti/metodi per la valutazione (delle competenze) (puoi utilizzare esempi precedenti o esempi che provengono dalla tua esperienza o da altre fonti).

- 2) Descrivi ognuno di loro a parole tue in un paragrafo e cerca di sottolineare le principali caratteristiche di ciascuno strumento/metodo che hai deciso di descrivere.
- 3) In aggiunta, elabora una breve SWOT-analysis per ciascun metodo che hai scelto. In una SWOT-analysis, due fattori interni, chiamati punti di forza e punti di debolezza, e due fattori esterni, chiamati opportunità e minacce, vengono descritti per valutare un metodo e la sua utilità. Mentre possiamo controllare i fattori interni - il che vuol dire rinforzare quelli positivi e ridurre quelli negativi -, i fattori esterni sono fuori dal nostro controllo.



Le valutazioni di carriera possono essere strumentali nella scoperta degli interessi individuali, dei talenti, dei valori, delle attitudini e delle competenze di un individuo. Sono anche utili per individuare aree di forza e di debolezza in un candidato. In ultimo, i risultati generati dalle valutazioni di carriera possono essere utilizzate dai candidati per fare scelte di carriera migliori e più consapevoli, che siano in linea con i loro interessi, talenti e obiettivi. Dal momento che le valutazioni di carriera variano negli scopi e nella validità, aiutano, in generale, gli individui a considerare nuovi percorsi di carriera, ad aumentare la soddisfazione rispetto alla propria carriera e a conoscere meglio se stessi.

Uno dei maggiori benefici delle valutazioni di carriera è che permettono agli individui di prendere decisioni rispetto al loro percorso che li aiutano a crescere personalmente e professionalmente. Questo è vero in modo particolare per chi cambia lavoro che si trova in un percorso non più praticabile o i cui interessi si sono evoluti in una direzione non più compatibile con l'attuale percorso di carriera. Le valutazioni di carriera utilizzate per supportare il cambiamento di carriera possono essere altamente benefiche dal momento che chi cambia carriera tipicamente ha un'ampia esperienza da cui attingere nel valutare i suoi interessi, le sue capacità, le sue attitudini e i suoi obiettivi.

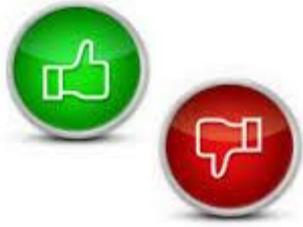
La valutazione di carriera psicoanaliticamente orientata è un'altra forma di valutazione che può essere d'aiuto per gli individui che stanno male per via della loro situazione di carriera o sono infelici del loro lavoro. La valutazione psicologica ha come obiettivo quello di aiutare le persone a scavare a fondo per scoprire la natura sottostante delle loro difficoltà. Questa valutazione di carriera spesso porta chiarezza e comprensione dove il career coaching o la psicoterapia hanno fallito. Sfortunatamente, la maggior parte dei career coach e dei counselor non sono formati per condurre questo tipo di valutazione.

Le valutazioni di carriera possono essere particolarmente utili per gli individui che non hanno familiarità o sono incerti sulle loro possibilità di carriera. In ogni caso, in alcune situazioni, le valutazioni di carriera possono avere dei grandi inconvenienti. Le valutazioni di carriera sono solo valutazioni: sono utili quando si tratta di scoprire se stessi e di trovare carriere che

rientrano nell'ambito degli interessi, delle attitudini e dei valori dell'individuo. Ma, quando gli si da un peso eccessivo, le valutazioni di carriera possono essere limitanti. Solo perché un test di carriera dice che ti potrebbe piacere fare il poliziotto non vuol dire che quella del poliziotto sia la carriera per te. Le valutazioni di carriera forniscono dei risultati che devono essere interpretati. Non sono utili se non sei in grado di dare un senso ai risultati, o se i risultati non sono interpretati correttamente. Inoltre, molte valutazioni di carriera sono piuttosto soggettive dal momento che sono basate su come una persona vede se stessa.

Le capacità e le competenze dei tuoi clienti sono un aspetto cruciale di un processo di combinazione riuscito. In ogni caso, per la definizione degli specifici obiettivi correlati al lavoro e con l'obiettivo di raggiungere un impiego soddisfacente, puoi considerare di indagare altre aree della vita e della personalità del cliente con l'obiettivo di ottenere altre informazioni importanti che possono influenzare l'incontro tra la situazione del tuo cliente e un lavoro concreto. Per questa ragione, dovresti tenere in conto anche altre aree e aspetti come:

- Situazione di vita (domicilio, stato civile, situazione finanziaria, responsabilità di cura dei familiari, situazione di salute, motivazione all'apprendimento ed esperienza)
- Interessi del cliente (a cosa è interessato? Quali sono i suoi hobby? In cosa ritiene di essere bravo?)
- Motivazione (obiettivi esistenziali, significato che dà al successo, desideri per il futuro)
- Bisogni del cliente (condizioni necessarie per fare un buon lavoro/apprendimento, battitore libero o team player, propensione per il lavoro cognitivo o manuale, ore di lavoro desiderate)
- Risorse (risorse per il supporto, quanti soldi tempo ed energie richiedono i suoi bisogni formativi)

ATTIVITÀ 3.5.2

Qui sotto troverai una lista di affermazioni in relazione allo stabilire degli obiettivi nel processo di consulenza. Per favore, leggi ogni frase e decidi se sei d'accordo o in disaccordo. Nel caso tu sia in disaccordo, spiega perché.

La valutazione globale basata sui risultati della fase di consultazione serve come base per la definizione degli obiettivi del cliente e per l'elaborazione di un corrispondente piano d'azione. Qui sotto troverai una lista di diverse affermazioni in relazione alla definizione degli obiettivi del cliente e all'elaborazione di un piano d'azione. Decidi con quali affermazioni sei in accordo o in disaccordo. Argomenta con parole chiave perché non sei d'accordo con un'affermazione:

Siamo ora nella fase in cui si stabiliscono gli obiettivi e si produce un piano d'azione. I risultati della fase di consultazione devono essere messi da parte perché potrebbero influenzare negativamente la motivazione e l'autostima del cliente. Tu e il tuo cliente dovrete focalizzarvi sui desideri del cliente per il futuro senza considerare alcun ostacolo.

Nel corso del processo di definizione degli obiettivi, la situazione attuale del mercato del lavoro così come i requisiti specifici per un lavoro non dovrebbero essere tenuti in conto. La cosa più importante è quale lavoro il cliente desidera di più.

Tu sei l'esperto del mercato del lavoro e per questo gli obiettivi per il cliente devono essere definiti da te e non da lui. Inoltre l'elaborazione di un piano d'azione spetta unicamente a te.

È importante che tu in quanto esperto sia convinto che gli obiettivi definiti siano quelli giusti per il cliente. Se sei sicuro come consulente, il cliente seguirà la tua guida e lavorerà duramente per raggiungere gli obiettivi che hai definito.

È piuttosto difficile trovare un lavoro che piaccia al cliente e che si adatti anche alla sua situazione di vita e alla sua personalità. Gli aspetti di una specifica offerta di lavoro o posto di lavoro non dovrebbero essere sottovalutati.

Quando si parla degli obiettivi del cliente c'è una semplice regola: gli obiettivi devono essere una sfida!

Se l'insieme degli obiettivi del tuo cliente sono irrealistici rispetto ai risultati della fase di valutazione, è meglio che tu non dica niente per non rischiare di influenzare la motivazione del cliente in modo negativo.

Se non sei soddisfatto con le decisioni del cliente, dovresti spiegare semplicemente con parole chiare perché ha torto e quali decisioni tu prenderesti.

È meglio essere d'accordo su obiettivi e passaggi solo verbalmente. Se scrivi i risultati di questa fase, il cliente potrebbe sentire eccessiva pressione e per questo potrebbe non riuscire a raggiungere i suoi obiettivi.



Sì, c'era molto con cui essere in disaccordo 😊. Qui sotto troverai dei commenti con cui si spera ti troverai più in sintonia:

Prima di iniziare a elaborare obiettivi concreti e passaggi per raggiungerli assieme al cliente, dovrai per prima cosa discutere della valutazione della fase di consultazione e riassumere in collaborazione con il cliente i punti di forza, le risorse, i possibili punti d'inizio, i requisiti da sviluppare individuati e analizzare la situazione del cliente sul mercato del lavoro.

Di base stabilire gli obiettivi è una cosa che deve essere fatta dal cliente. Lasciare in mano al cliente la definizione degli obiettivi specifici può facilitare l'identificazione con gli obiettivi stabiliti, una maggiore cooperazione nel corso del processo di consulenza più avanti e porterà a una forte motivazione del cliente.

La definizione degli obiettivi deve essere incentrata sul lavoro che il cliente vuole ottenere. In ogni caso, altri criteri che riguardano il posto di lavoro desiderato devono essere presi in considerazione (p.es. preferire il lavoro in team o individuale, il salario, la distanza dal posto di lavoro, l'orario di lavoro).

Gli obiettivi concordati devono essere formulati come **SMART** goals, che significa che gli obiettivi devono essere **Specifici** (l'obiettivo è formulato in modo concreto o è generale?), **Misurabili** (il raggiungimento dell'obiettivo può essere concordato?), **Accettati** (il cliente è motivato e cooperativo rispetto agli obiettivi definiti?), **Realistici** (è possibile raggiungere gli obiettivi definiti?) e **Tempestivi** (si può stimare in quanto l'obiettivo verrà raggiunto?).

Supporta e correggi il processo dello stabilire obiettivi facendo domande che portino il cliente a una valutazione su quanto per lui sono realistici gli obiettivi per una futura carriera. Domande possibili sono: quali obiettivi sono davvero essenziali? Il reddito atteso è sufficiente? (per esempio se il cliente è interessato solo a lavorare part-time)? Quanto è realistico trovare un lavoro vicino a casa? Il lavoro è compatibile con gli obblighi familiari?

Se c'è una discrepanza tra gli obiettivi del cliente e la tua valutazione della situazione, dovresti renderlo trasparente e spiegare in modo chiaro le ragioni della tua valutazione.

ATTIVITÀ 3.5.3

L'obiettivo globale del processo di consulenza è il job placement o rispettivamente l'integrazione sostenibile nel mercato del lavoro. Soprattutto è importante arrivare a un mutuo accordo su una decisione lavorativa realistica. Se c'è una discrepanza tra la tua valutazione della situazione e le idee del cliente (p.es. obiettivi non realistici, non c'è accordo su come procedere) come reagiresti alla situazione? Trova delle idee rispetto alla possibilità di risolvere questa situazione e descrivile brevemente.



Se c'è una discrepanza tra gli obiettivi del cliente e la tua valutazione della situazione, dovresti renderlo trasparente e spiegare in modo chiaro le ragioni della tua valutazione. Se non c'è ancora un accordo sugli obiettivi nonostante la discussione e le spiegazioni, dovresti pensare a come essere più persuasivo. Per esempio, potresti dire: "Comprendo il tuo desiderio di... molto bene, la mia responsabilità è di inserirti in un posto di lavoro e che tu possa rimanervi. Per questa ragione, ti propongo di riflettere insieme sulle opzioni che sembra più probabile riuscire a realizzare. Sei d'accordo con me?".

Se ancora non si è raggiunto un accordo, puoi chiedere al cliente di dedicare del tempo, fino al prossimo incontro, a obiettivi più realistici accanto alle azioni nella direzione degli obiettivi preferiti dal cliente. In questo modo, il chiarimento se i bisogni del cliente sono realistici può essere raggiunto senza influenzare in modo negativo la motivazione del cliente e al tempo stesso questa può essere preservata lavorando anche su obiettivi realistici. A seconda della situazione, potrebbe essere consigliabile dare al cliente la possibilità di provare che i suoi

obiettivi sono realistici. Per esempio, potresti chiedere al cliente di trovare offerte di lavoro che si adattino al suo profilo.

ATTIVITÀ 3.5.4



Quando ti sei accordato con i tuoi clienti sugli obiettivi relativi al lavoro, il focus si sposta su come raggiungere gli obiettivi definiti. Per questo scopo, devono essere elaborate delle strategie e degli step e i clienti dovrebbero essere consapevoli delle possibili opzioni di supporto. A seconda di quanto possa sembrare difficile e complesso il modo di raggiungere gli obiettivi desiderati, potrebbe essere necessario: elaborare un piano dettagliato, definire degli obiettivi (intermedi), valutare quanto siano realistici i passaggi individuali, anticipare il confronto con possibili sfide, ecc.

L'approccio che scegli per elaborare gli obiettivi con il cliente e il piano d'azione corrispondente è probabile che dipendano dal contesto concreto in cui lavori come job broker (p.es. gruppo selezionato, risorse temporali e obiettivi aziendali). Con l'obiettivo di riflettere sul tuo approccio personale o aziendale, descrivi in una pagina come procederesti in questa fase. Quali sono aspetti importanti da prendere in considerazione dal tuo punto di vista? Quali passaggi concreti vuoi seguire? Quali sono domande utili che puoi porre al cliente per guidarlo attraverso il processo decisionale di decidere gli obiettivi e i passi necessari per raggiungerli? Utilizzi metodi/strumenti concreti per aiutarti nel lavoro in questa fase? Che supporto puoi offrire al cliente per raggiungere i suoi obiettivi?

Dopo aver descritto il tuo approccio, puoi anche avviare una discussione di gruppo per confrontare il tuo approccio con quello degli altri job broker. Potresti ricavarne delle nuove intuizioni che possono rendere il tuo lavoro più semplice o più efficiente.



Se non hai la possibilità di avviare una discussione di gruppo, forse gli esempi di domande e metodi per stabilire obiettivi e piani d'azione qui sotto potrebbero esserti utili per riflettere sul tuo approccio:

Esempi di domande per elaborare un piano d'azione con il cliente:

Abbiamo individuato il tipo di lavoro/formazione che vorresti intraprendere. Quali passaggi concreti potrebbero avvicinarci all'obiettivo?

Rispetto al tuo background di competenze e risorse, quali sono i primi passaggi necessari per raggiungere il tuo obiettivo?

Visualizzando il tuo obiettivo e facendo un piano su come raggiungere questo obiettivo passo passo, quale sarebbe il tuo primo passo?

Incontrando delle sfide nel tuo percorso, quali potrebbero esserle e come potresti superarle?

Chi o cosa potrebbe aiutarti o supportarti?

Esempi dei metodi per stabilire gli obiettivi e pianificare l'azione:

Metodo "Stabilire l'obiettivo - Verificare l'obiettivo" (Allegato 3)

Metodo "Job search as project":

<http://www.naviguide.net/methods/mhbshow.asp?id=510&sid=&look=0&oberthema=0&unterthema=0&zielgruppe=0&art=0&dauer=0&stw=job+search&stwcomp=job+search&akt=0&zz=25&lang=353&SPage=8&sort=titelauf&Page=1&index=9>)

3.6 Job Broker as recruiter and acquirer

ATTIVITÀ 3.6.1



I job broker devono avere una buona conoscenza del mercato. Con l'obiettivo di far assumere i job seeker, devi leggere e assorbire:

- **The Job Broker Transnational Ricerca Study - Comparative Review and Needs**

Analisi – http://www.projectsgallery.eu/job-broker/wp-content/uploads/2017/04/Job-Broker_Report_Analysis_Final.pdf nello specifico il capitolo per il tuo Paese

ATTIVITÀ 3.6.2



I **network** ("reti") descrivono la struttura e il mantenimento della propria rete di contatti. L'obiettivo dei network è lo scambio di conoscenze, l'assistenza reciproca e - in ultimo ma non per importanza - il vantaggio professionale. Il network si basa sul principio di amicizia: ogni nuovo membro porta nuovi contatti. Quindi, l'interrelazione che ne risulta si amplia continuamente.

Quattro regole base del fare network (o fare rete):

Stabilire gli obiettivi.

Cosa mi aspetto dai contatti? Cosa voglio raggiungere per mezzo della rete? Solo chi definisce i suoi obiettivi, tiene d'occhio gli aspetti essenziali, può veicolare tutto questo agli altri.

La classe al posto della massa.

Una rete ha lo stesso valore dei suoi membri. Chiunque entra nel tuo circolo dovrebbe dipendere dagli obiettivi, non dalle statistiche.

Prima dare, poi prendere.

Il modo migliore per iniziare è avere elementi lavorativi in comune e scambiarsi conoscenze. E senza aspettarsi un quid pro quo. Devi dare consigli solo quando ti viene richiesto.

Rimani a bordo.

Se si stabilisce una connessione, questa deve essere approfondita - attraverso scambi profondi e incontri personali (!). I contatti devono essere mantenuti.

ATTIVITÀ 3.6.3

Esercizio: Controlla le tue basi.

Determina gli obiettivi:

Scrivi: cosa ti aspetti dai contatti nella tua rete?

Cosa vuoi raggiungere per mezzo di questi contatti?

Definisci i tuoi obiettivi per la tua rete e annotali.

La classe al posto della massa:

Controlla la tua rete.

Scrivi chi ne fa parte.

Chi manca?

Prima dai, poi prendi:

Assicurati di ciò che puoi offrire. Scrivilo.

Rimani a bordo:

Controlla quali contatti dovresti rinnovare e mantenere. Scrivilo.

ATTIVITÀ 3.6.4

Ora vorremmo invitarti a discutere delle esperienze e delle scoperte con gli altri job broker. Le domande di seguito potrebbero aiutarti nella discussione:

Mettete insieme ciò che sapete:

Come reclutare i job seeker?

Quanto sono buone le tue reti?

Vi potete aiutare a vicenda?

Mettete insieme tutto quello che è venuto fuori e stabilite una futura cooperazione se possibile.

3.7 Conclusione

Lo scopo di questo modulo per il job broker era imparare come lavorare con i job seeker. Questo modulo riguarda, tra le altre cose, l'approccio al lavoro del job broker e la sua auto-comprensione. Per far sì che fosse efficace, abbiamo introdotto molti metodi ed esercizi appropriati. Ora dovresti avere la conoscenza di base rispetto a come lavorare in modo efficace con i job seeker e come puoi costruire e mantenere network.

OBIETTIVI FORMATIVI	ATTIVITÀ												
	1: Ricerca	2: Case Study	3: Ricerca	4: Role Play	gruppo	6: Esempio	7: Liste	8: Idea	Gr.	10: Ricerca	11: Esempio	12: Compito	gruppo
Spiegare l'approccio dell'Empowerment - lavorare con i punti di forza del cliente non con i punti deboli - conoscenza del metodo	x	x											
Conoscere tecniche di coaching e chiarificazione dei ruoli e dei principi di cooperazione (profiling, valutazione del job seeker, tecniche di autovalutazione)		x						x	x				
Conoscere le tecniche del colloquio e di conversazione	x		x		x		x		x				
Conoscere le specifiche abilità e bisogni dei diversi gruppi di job seeker		x	x		x		x	x	x				
Conoscere la gestione del conflitto e le tecniche di de-escalation				x					x				
Essere in grado di incoraggiare e tranquillizzare il cliente	x		x				x		x				
Essere in grado di fare una riflessione sul proprio lavoro			x		x		x					x	
Essere in grado di acquisire e assumere job seeker							x	x		x			x
Essere in grado di comunicare in modo efficace e di risolvere conflitti (ascolto attivo, conversazione stimolante)	X		x				x						

OBIETTIVI FORMATIVI	ATTIVITÀ												
	1: Ricerca	2: Case Study	3: Ricerca	4: Role Play	gruppo	6: Esempio	7: Liste	8: Idea	Gr.	10: Ricerca	11: Esempio	12: Compito	gruppo
Essere in grado di sviluppare un piano d'azione assieme ai job seeker						x		x	x				
Essere in grado di fare rete	x	x					x	x		x	x	x	x
Essere in grado di lavorare in team					x		x						x

RICONOSCIMENTI E DISCONOSCIMENTI

Il supporto della Commissione Europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione dei contenuti che riflettono il punto di vista esclusivo degli autori, e la Commissione non può essere considerata responsabile di alcun utilizzo che può essere fatto delle informazioni [qui](#) contenute.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Allegati

Allegato 1

Metodo: Metodi nell'orientamento professionale generale

Argomento principale: Analisi delle competenze e del potenziale

Sottoargomento: Bilancio delle competenze/ Paragone tra l'immagine esterna e l'immagine interna

Titolo: Analisi delle competenze - cosa ho da offrire?

Contesto teorico: Spesso ci concentriamo sull'eliminazione delle nostre debolezze anziché rinforzare le nostre abilità o competenze. In ogni caso, quando non siamo completamente in grado di fare qualcosa o non ci piace, lo comunichiamo in modo non verbale. Per questo, è consigliabile concentrarsi di più sullo sviluppo dei nostri punti di forza. L'obiettivo dell'esercizio di seguito è di stabilire lo stato attuale delle competenze, p.es. trovare i punti di forza per concentrarsi in futuro.

Tipologia di esercizio: Lavoro individuale

Obiettivo: Individuare i punti di forza e i punti di debolezza

Fonte: Hesse, Jürgen/ Schrader, Hans Christian: Was steckt wirklich in mir?, 2006, S. 70ff.

Descrizione:

L'esercizio di seguito è incentrato sull'autovalutazione delle proprie abilità e competenze. A ogni elemento nella lista di abilità allegata, va assegnato uno dei seguenti numeri con una croce (se necessario, possono essere aggiunte voci mancanti):

- +3 = molto ben sviluppata
- +2 = ben sviluppata
- +1 = più che mediamente sviluppata
- 0 = mediamente sviluppata, discreta
- 1 = appena sviluppata
- 2 = scarsamente sviluppata
- 3 = poco sviluppata o per nulla sviluppata

Dopodiché, i partecipanti valutano l'esercizio assegnando +3 e +2 così come -3 e -2 nei rispettivi campi (vedi "valutazione" nell'allegato). Quali conclusioni possono essere tratte sulla base della valutazione? Quali punti di forza possono essere individuati? Quali punti di debolezza? Sulla base di questo, quale segmento produttivo ti viene in mente?

Durata: 2 ore

Materiali: foglio di lavoro (in allegato), carta e penne

Note: Le persone diventano più consapevoli delle proprie abilità e competenze quando gli viene chiesto di esaminarle scrivendo al riguardo. L'esercizio aiuta i partecipanti a individuare almeno da tre a cinque caratteristiche come esempi di ciò che possono o non possono fare.

Suggerimento: Per avere informazioni sull'immagine esteriore di una persona, i partecipanti possono dare una copia della lista di caratteristiche al loro gruppo sociale (l'ideale sono amici e familiari) e chiedere loro di valutarli onestamente. In questo modo, l'immagine interna e l'immagine esteriore possono essere confrontate.

Gruppo di riferimento: Tutti i gruppi

Allegato per „Analisi delle competenze - cosa ho da offrire?“

Bilancio delle competenze

Gruppo di caratteristiche 1:

Sensibilità	-3	-2	-1	0	1	2	3
Abilità di ascolto	-3	-2	-1	0	1	2	3
Abilità di stabilire contatti	-3	-2	-1	0	1	2	3
Apertura mentale	-3	-2	-1	0	1	2	3
Orientamento al team	-3	-2	-1	0	1	2	3
Disponibilità a collaborare	-3	-2	-1	0	1	2	3
Adattabilità	-3	-2	-1	0	1	2	3
Disponibilità al compromesso	-3	-2	-1	0	1	2	3
Diplomazia	-3	-2	-1	0	1	2	3
Capacità di negoziazione	-3	-2	-1	0	1	2	3
Capacità di integrazione	-3	-2	-1	0	1	2	3
Potenziale persuasivo	-3	-2	-1	0	1	2	3
Entusiasmo	-3	-2	-1	0	1	2	3
Assertività	-3	-2	-1	0	1	2	3
Capacità motivazionale	-3	-2	-1	0	1	2	3
Capacità di espressione verbale (orale)	-3	-2	-1	0	1	2	3
Capacità di espressione verbale (scritta)	-3	-2	-1	0	1	2	3
Abilità retoriche	-3	-2	-1	0	1	2	3
Spirito di gruppo	-3	-2	-1	0	1	2	3

Predisposizione all'adattamento	-3	-2	-1	0	1	2	3
Abilità sociali	-3	-2	-1	0	1	2	3
Abilità comunicative	-3	-2	-1	0	1	2	3

Fonte: Hesse, Jürgen & Schrader, Hans Christian, 2006.

Gruppo di caratteristiche 2:

Determinazione	-3	-2	-1	0	1	2	3
Autoconsapevolezza	-3	-2	-1	0	1	2	3
Responsabilità	-3	-2	-1	0	1	2	3
Capacità critica	-3	-2	-1	0	1	2	3
Autocontrollo	-3	-2	-1	0	1	2	3
Affidabilità	-3	-2	-1	0	1	2	3
Tolleranza	-3	-2	-1	0	1	2	3
Intrepidità	-3	-2	-1	0	1	2	3
Disponibilità ad assumersi responsabilità	-3	-2	-1	0	1	2	3

Fonte: Hesse, Jürgen & Schrader, Hans Christian, 2006.

Gruppo di caratteristiche 3:

Tolleranza del rischio	-3	-2	-1	0	1	2	3
Capacità di decision-making	-3	-2	-1	0	1	2	3
Mentalità di sicurezza	-3	-2	-1	0	1	2	3
Prontezza nel delegare	-3	-2	-1	0	1	2	3
Capacità di delegare	-3	-2	-1	0	1	2	3
Resilienza	-3	-2	-1	0	1	2	3
Tolleranza dello stress	-3	-2	-1	0	1	2	3
Gusto per la vita	-3	-2	-1	0	1	2	3
Flessibilità	-3	-2	-1	0	1	2	3
Assetto rappresentazionale	-3	-2	-1	0	1	2	3

Fonte: Hesse, Jürgen & Schrader, Hans Christian, 2006.

Gruppo di caratteristiche 4:

Supporto con la motivazione al lavoro	-3	-2	-1	0	1	2	3
Controllo	-3	-2	-1	0	1	2	3
Motivazione/capacità di leadership	-3	-2	-1	0	1	2	3

Iniziativa	-3	-2	-1	0	1	2	3
Autonomia	-3	-2	-1	0	1	2	3
Perseveranza	-3	-2	-1	0	1	2	3
Autostima	-3	-2	-1	0	1	2	3
Ambizione	-3	-2	-1	0	1	2	3
Senso dello scopo	-3	-2	-1	0	1	2	3
Persistenza	-3	-2	-1	0	1	2	3
Tolleranza della frustrazione	-3	-2	-1	0	1	2	3
Orientamento al successo	-3	-2	-1	0	1	2	3
Energia	-3	-2	-1	0	1	2	3
Vitalità	-3	-2	-1	0	1	2	3
Coinvolgimento	-3	-2	-1	0	1	2	3
Idealismo	-3	-2	-1	0	1	2	3
Disponibilità all'identificazione con l'azienda	-3	-2	-1	0	1	2	3

Fonte: Hesse, Jürgen & Schrader, Hans Christian, 2006.

Gruppo di caratteristiche 5:

Autonomia	-3	-2	-1	0	1	2	3
Fiducia in se stesso	-3	-2	-1	0	1	2	3
Senso di responsabilità	-3	-2	-1	0	1	2	3
Indipendenza	-3	-2	-1	0	1	2	3
Affidabilità	-3	-2	-1	0	1	2	3
Autodisciplina	-3	-2	-1	0	1	2	3
Tolleranza dello stress	-3	-2	-1	0	1	2	3
Resistenza	-3	-2	-1	0	1	2	3
Resilienza	-3	-2	-1	0	1	2	3
Pazienza	-3	-2	-1	0	1	2	3
Senso del dovere	-3	-2	-1	0	1	2	3
Lealtà	-3	-2	-1	0	1	2	3

Fonte: Hesse, Jürgen & Schrader, Hans Christian, 2006.

Gruppo di caratteristiche 6:

Pensiero analitico	-3	-2	-1	0	1	2	3
Pianificazione concettuale	-3	-2	-1	0	1	2	3

Approccio sistematico	-3	-2	-1	0	1	2	3
Pensiero combinatorio	-3	-2	-1	0	1	2	3
Organizzazione efficace del lavoro	-3	-2	-1	0	1	2	3
Capacità di decision-making	-3	-2	-1	0	1	2	3

Fonte: Hesse, Jürgen & Schrader, Hans Christian, 2006.

Gruppo di caratteristiche 7:

Consapevolezza di costi/benefici	-3	-2	-1	0	1	2	3
Spirito imprenditoriale	-3	-2	-1	0	1	2	3
Organizzazione sistematica del lavoro	-3	-2	-1	0	1	2	3
Capacità di definire obiettivi	-3	-2	-1	0	1	2	3
Efficienza lavorativa	-3	-2	-1	0	1	2	3
Materialismo sano	-3	-2	-1	0	1	2	3
Forma fisica	-3	-2	-1	0	1	2	3
Benessere fisico	-3	-2	-1	0	1	2	3
Costituzione mentale	-3	-2	-1	0	1	2	3
Autoregolazione	-3	-2	-1	0	1	2	3

Fonte: Hesse, Jürgen & Schrader, Hans Christian, 2006.

Valutazione

Gruppo di caratteristiche 1 (personalità, abilità comunicative e sociali):

Gruppo di caratteristiche 2 (autonomia):

Gruppo di caratteristiche 3 (comportamento di decision-making):

Gruppo di caratteristiche 4 (motivazione alla performance):

Gruppo di caratteristiche 5 (autocontrollo ed energia):

Gruppo di caratteristiche 6 (pensiero e azione sistematico orientato all'obiettivo):

Gruppo di caratteristiche 7 (caratteristiche generali essenziali):

Allegato 2

Titolo: Il percorso educativo

Contesto teorico: Prendere in mano la propria vita vuol dire prendere decisioni. La scelta di un'opzione tra le altre può avere, a seconda delle circostanze così come delle norme sociali, risultati diversi. In ogni caso, non siamo sempre consapevoli delle conseguenze di una decisione nel momento in cui la prendiamo; questo a maggior ragione per le decisioni le cui conseguenze non vengono avvertite nel futuro immediato (per esempio la scelta di una scuola). Per riflettere sul proprio percorso educativo e formativo e sulle decisioni che sono state prese vuol dire diventare consapevoli delle proprie azioni. Sulla base di questo, possiamo pianificare le nostre vite in modo proattivo e indipendente.

Tipologia di esercizio: Individuale e piccoli gruppi, discussione plenaria

Obiettivo: Comprendere i temi ricorrenti nella propria vita; riflessione sulle scelte educative e formative passate

Fonte: Donders, P.: Kreative Lebensplanung. Entdecke deine Berufung. Entwickle dein Potential - beruflich und privat, Asslar: Gerth Medien GmbH 1997, S. 47 ff.

Descrizione:

Fase individuale: Il formatore chiede ai partecipanti di dividere un foglio in quattro colonne. La prima colonna porta il titolo "percorso educativo/formativo", la seconda il titolo "competenze motivazionali (utilizzate/acquisite)", la terza il titolo "circostanze motivanti" e l'ultima il titolo "esperienza acquisita". Ora, i partecipanti devono elencare i diversi passaggi del loro percorso educativo e della loro carriera e annotare le competenze e le circostanze che li hanno motivati nei rispettivi passaggi così come le competenze e le conoscenze specifiche che hanno acquisito.

Fase del piccolo gruppo (2-3 partecipanti): Ora, i partecipanti devono formare dei piccoli gruppi e discutere quale esperienza è venuta fuori da quali passaggi e circostanze educative/formative.

Discussione plenaria: Infine, i piccoli gruppi illustrano i loro risultati su un cartellone o su una bacheca e li presentano al resto del gruppo. Dopo che ogni piccolo gruppo ha presentato le sue idee, i partecipanti discutono quali strategie generali possono essere tratte.

Durata: 2-3 ore

Materiali: carta e penna

Note: Nel momento in cui prendiamo scelte educative o formative, spesso non siamo consapevoli dei vantaggi e degli svantaggi di quella decisione. Riflettere sul proprio percorso aiuta a comprendere i temi comuni della propria vita. Conoscere il nostro passato è un prerequisito essenziale per accettare il presente e pianificare in modo autonomo il nostro futuro.

Gruppo di riferimento: Tutti i gruppi

Allegato 3

Metodo: Metodo dell'orientamento formativo delle generazioni più anziane

Argomento principale: Orientamento, determinare lo stato attuale della persona, ricontestualizzazione, attivazione e motivazione

Titolo: Stabilire obiettivi - Valutare gli obiettivi

Theoretical background: Nei periodi di disoccupazione o di riorientamento formativo, è cruciale stabilire obiettivi precisi: cosa voglio raggiungere? Che possibilità ho? Cosa dovrei fare di preciso? Ecc. Gli obiettivi dovrebbero essere realistici, fattibili, precisi, collocati nel tempo e attraenti.

Tipologia di esercizio: Lavoro individuale, lavoro in coppia e discussione plenaria

Obiettivo: Definire e stabilire obiettivi individuali, esaminare la loro fattibilità, determinare passaggi precisi per l'implementazione e creare il coinvolgimento individuale

Fonte: Metodo comune, basato sulle tecniche del colloquio sistemico e sulle idee riguardo la definizione degli obiettivi

Descrizione: L'intero gruppo decide un contesto comune di riferimento, per esempio tutti i partecipanti si focalizzano sui propri obiettivi formativi nel tempo XY. Per prima cosa, ogni partecipante completa la prima pagina del foglio di lavoro ("Linee guida per il lavoro individuale", in allegato) pensando a se stesso e definisce i suoi obiettivi. Dopodiché, i partecipanti formano gruppi di due e confermano i rispettivi obiettivi nel corso di colloqui reciproci ("Linee guida per il colloquio", in allegato). Dopo 20 minuti, i partecipanti si scambiano di ruolo: l'intervistatore diventa l'intervistato e viceversa.

Durata: 1,25 ore

Materiali: Copie dei fogli di lavoro con le domande chiave allegati

Gruppo di riferimento: Persone più anziane, persone in ri-orientamento formativo, persone disoccupate

File: Qui sotto

Allegati per „Stabilire obiettivi - valutare obiettivi“**Linee guida per il lavoro individuale**

Il mio obiettivo da _____ a _____

Spiega nel dettaglio: che cosa desideri esattamente? Suggerimento: Immagina di aver raggiunto il tuo obiettivo. Qual è la differenza rispetto alla tua situazione attuale?

Dividi il tuo obiettivo strategico in sotto-obiettivi e stabilisci delle scadenze. Quando svolgerai i singoli passaggi?

Pianifica le tue risorse: quanto sei sicuro di raggiungere i tuoi obiettivi? Cosa ti rende più ottimista? Cosa o chi può esserti d'aiuto?

Linee guida per il colloquio

Ponetevi a vicenda le seguenti domande:

Descrivi il tuo successo: immagina di aver raggiunto il tuo obiettivo/risposto alla domanda/risolto il problema. Qual è la differenza rispetto alla tua attuale situazione? Come sai

Descrivi il percorso per raggiungere il tuo obiettivo: quali sono stati i passaggi più importanti e i sotto-obiettivi? C'è un piccolo, preciso e fattibile passaggio che puoi fare entro lunedì prossimo per avvicinarti un po' al raggiungimento del tuo obiettivo? Chi noterà la differenza e come?

