



Un progetto di apprendimento cooperativo per lo sviluppo delle competenze professionali in un contesto caratterizzato da dinamiche proprie del mondo produttivo



Luigi Notaro
Web developer, esperto di web community

Il cooperative learning per i corsi professionali regionali

Luigi Notaro

Web developer, esperto di web community

Un progetto di apprendimento cooperativo per lo sviluppo delle competenze professionali in un contesto caratterizzato da dinamiche proprie del mondo produttivo

www.ciofs.net

www.blurb.com/books/2185744



Contenuti del corso:

- Contenuti professionalizzanti del corso: Sistema operativo internet e reti, Installazione, configurazione e
- manutenzione di server web, Monitoraggio e diagnostica di server web, Sviluppo pagine web, Moduli di
- informatica base

Aperto a giovani inoccupati

**Durata: 600 ore di cui
304 professionalizzanti**

Docenti materie professionalizzanti:

Alessandro Obino

Fabrizio Zago

Luigi Notaro

Corso Tecnico Gestione Siti Internet

Aperto a giovani inoccupati

**Durata: 600 ore di cui
304 professionalizzanti**

Docenti materie professionalizzanti:

Alessandro Obino

Fabrizio Zago

Luigi Notaro

Contenuti del corso:

- Contenuti professionalizzanti del corso: Sistema operativo internet e reti, Installazione, configurazione e
- manutenzione di server web, Monitoraggio e diagnostica di server web, Sviluppo pagine web, Moduli di
- informatica base



Contenuti del corso:

- Progettare la struttura e l'interfaccia grafica di un sito Web -
- Progettare la struttura di navigazione
- Proporre grafiche coerenti al tema richiesto - Scegliere le tecnologie
- più idonee alla struttura richiesta - Governare le fasi di realizzazione -
- Costruire un oggetto multimediale -
- Identificare soluzioni tecniche per la distribuzione - Rendere fruibile sul mezzo prescelto il prodotto realizzato
- Verificare la qualità di quanto realizzato

Aperto a giovani inoccupati

**Durata: 600 ore di cui
320 professionalizzanti**

**Docenti materie professionalizzanti:
Alessandro Obino
Fabrizio Zago
Luigi Notaro**

Corso Tecnico Grafico per il multimedia ed il web design

Aperto a giovani inoccupati

**Durata: 600 ore di cui
320 professionalizzanti**

**Docenti materie professionalizzanti:
Alessandro Obino
Fabrizio Zago
Luigi Notaro**

Contenuti del corso:

- Progettare la struttura e l'interfaccia grafica di un sito Web -
- Progettare la struttura di navigazione - Proporre grafiche coerenti al tema richiesto - Scegliere le tecnologie
- più idonee alla struttura richiesta - Governare le fasi di realizzazione - Costruire un oggetto multimediale -
- Identificare soluzioni tecniche per la distribuzione - Rendere fruibile sul mezzo prescelto il prodotto realizzato
- Verificare la qualità di quanto realizzato

Articoli [Aggiungi nuovo](#)

Tutti (189) | Pubblicati (189) | Cestinato (1)

Azioni di gruppo Tutte le date

Sono visualizzati 101-120 su 189

Titolo	Autore	Categorie	Tag	Data
<input type="checkbox"/> Alessandro Caruso – Cool Site	Alessandro Obino	Marchi, Tecnico Gestione Siti Web	lettering, logo, marchio	11/03/2011 Pubblicato
<input type="checkbox"/> Elisa Pecoraro – Pubblicità Istituzionale	Alessandro Obino	Manifesti pubblicitari, Tecnico Gestione Siti Web	istituzionale, manifesto, pubblicità	11/03/2011 Pubblicato
<input type="checkbox"/> Alessandro Caruso – Pubblicità Istituzionale	Alessandro Obino	Manifesti pubblicitari, Tecnico Gestione Siti Web	istituzionale, manifesto, pubblicità	11/03/2011 Pubblicato
<input type="checkbox"/> Karen Genesi – Pubblicità istituzionale	Alessandro Obino	Manifesti pubblicitari, Tecnico Gestione Siti Web	istituzionale, manifesto, pubblicità	11/03/2011 Pubblicato
<input type="checkbox"/> Leggo il div	Fabrizio Zago	Corsi d'aula, Tecnico grafico multimediale web design	css, div, fogli di stile, tecnico grafico multimediale, Tecnico grafico multimediale web design	10/03/2011 Pubblicato
<input type="checkbox"/> Il manifesto pubblicitario II – La sintassi	Alessandro Obino	AAA – Il meglio di Digital Clip, Manifesti pubblicitari, Tecnico Gestione Siti Web	conclusione, entimema, manifesto, premessa maggiore, premessa minore, sillogismo	05/03/2011 Pubblicato
<input type="checkbox"/> Il manifesto pubblicitario I – La grammatica	Alessandro Obino	AAA – Il meglio di Digital Clip, Manifesti pubblicitari, Tecnico Gestione Siti Web	brand, headline, manifesto, pay-off, pubblicità, visual	05/03/2011 Pubblicato
<input type="checkbox"/> Francesco Gastaldo – AIM	Alessandro Obino	Marchi, Tecnico Gestione Siti Web	logo, Marchi, vettoriale	03/03/2011 Pubblicato
<input type="checkbox"/> Silvia La Stella – Web Graphic	Alessandro Obino	Marchi, Tecnico Gestione Siti Web	Stato attuale	01/03/2011
<input type="checkbox"/> Riccardo De Giovannini – Bad Site	Alessandro Obino	Marchi, Tecnico Gestione Siti Web		

Il blog è stato utilizzato anche nelle attività d'aula per “fare gruppo”.

Stato attuale

Contenuto	Discussione
189 Articoli	663 Commenti
3 Pagine	662 Approvati
20 Categorie	0 In sospeso
216 Tag	1 Spam

Il blog DigitalClip è stato utilizzato anche nelle attività d'aula per “fare gruppo”: gli esercizi svolti e i materiali prodotti vengono caricati online di volta in volta, in modo da stimolare il confronto e la critica reciproca *tra gli stessi studenti*, che hanno in questo modo la possibilità di guardare al proprio lavoro da una moltitudine di punti di vista diversi.

Ciò permette ad ognuno di analizzare il proprio lavoro in maniera approfondita e di comprenderne le criticità, confrontandosi con l'intera aula in tempo reale.

ELISA PECORARO – PUBBLICITÀ ISTITUZIONALE

Il manifesto per la mia ipotetica agenzia di servizi web riprende in stile e concetti quanto già i per l'ideazione del relativo marchio.

Nello specifico mi è sembrato interessante puntare sulla possibile incapacità dell'utente ide districarsi tra le tante difficoltà del web, sia il suo bisogno la realizzazione di un sito int qualsiasi altro servizio informatico.

Per questo motivo ho basato la Headline su una domanda, forse anche scontata, ma che permet costruirvi sopra una metafora da sviluppare nella parte del Visual. La parte visiva si articola di tre parti fondamentali:

- la stilizzazione ad effetto pixelatura di un labirinto

- l'immagine di una bussola rielaborata per contenere al suo interno il mondo, metafora de globale

- il punto interrogativo centrale a simboleggiare lo smarrimento del possibile cliente.

A chiudere il manifesto nella parte inferiore, un Pay-off esplicitivo delle due parti precede Brand dell'agenzia.

Stilisticamente il manifesto è stato costruito tenendo conto della "lettura a Z", sottolineata dall'orientamento della sfumatura di sfondo, la stessa (con andamento inverso) utilizzata pu base per il labirinto.

Il gioco di rimandi è rintracciabile anche solo a livello visivo nella diagonale che con idealmente bussola, punto interrogativo e marchio come a voler dire: "Chi è la tua bussola? E King".



Mi piace Di che ti piace questo elemento prima di tutti i tuoi amici.

di ALESSANDRO ORIO 14 COMMENTI MANIFESTI PUBBLICITARI, TECNICO GESTIONE SITI WEB



RICCARDO

11 MARZO 2011 AT 07:44 | PERMALINK | REPLICA

a essere sinono non mi fa impazzire graficamente...ma trovo la realizzazione ottima!



ALESSANDRO CARUSO

11 MARZO 2011 AT 07:54 | PERMALINK | REPLICA

L'idea del labirinto è sicuramente buona, ma forse il messaggio è troppo esplicito nessuna ambiguità e questo potrebbe essere controproducente in un'epoca in cui tende sempre meno a credere nella pubblicità. Avrei inoltre giocato maggiormente del carattere del payoff, in modo da renderlo più visibile.



ELISA PECORARO

11 MARZO 2011 AT 09:24 | PERMALINK | REPLICA

io ho puntato invece sulla semplicità del messaggio per arrivare subito al problema, credo che la chiarezza sia un punto di forza nella comunicazione pubblicitaria!



FRANCESCO GASTALDO

11 MARZO 2011 AT 08:17 | PERMALINK | REPLICA

Preferisco sono un fan del retrogaming, dell'8 bit e di tutto ciò che ricorda la mia videoludica. motivo per cui il manifesto di Elisa con me ha vite facile. Adoro il fo "pixelato" e trovo che il messaggio forse troppo esplicito come notava Alessandro punto debole sia un punto di forza della campagna pubblicitaria che gioca, sia n stilistica che nel payoff sulla semplicità.

Unico appunto tecnico: Per quanto riguarda l'agenzia di dare un po' di "moviment trovo che il gradiente che da sul bianco non sia una scelta felicissima.



KAREN GENESI

11 MARZO 2011 AT 08:20 | PERMALINK | REPLICA

Il manifesto è realizzato bene con un interessante gioco di sfumatura inversa. Cè l'idea di un mondo, con quelle tonalità di colore, all'interno della bussola. Trovo ridondante l'idea del pixel nell'headline, nel labirinto, nel pay-off e nel marchio fatto il pay-off leggermente più piccolo ma con un font di più facile lettura e il m detto in precedenza, cercherei di renderlo più leggibile perché nel piccolo va a pe



ELISA PECORARO

11 MARZO 2011 AT 09:30 | PERMALINK | REPLICA

sai che forse, adesso che me lo hai fatto notare, mi sono fatta prendere trog questa idea dal pixel forse perché comunque ho cercato di mantenere la co logo di partenza...

e il problema del logo rimane sempre purtroppo... effettivamente si perde l inferiori! proverò anche io a fare un restyling

Le due classi sono state chiamate a lavorare su alcuni



OTTAVIO D

11 MARZO 2011 AT 08:32 | PERMALINK | REPLICA

Anche qui, come in quello di Karen mi piace l'idea del manifesto coerente o a tema con il logo, forse avrei fatto più grande il visual centrale.



LUISA SALMASSO

11 MARZO 2011 AT 08:31 | PERMALINK | REPLICA

Ottima la realizzazione grafica e l'idea, la resa e l'uso dei colori molto scuri però le fanno assomigliare ad un manifesto per una discoteca (sempre meno omg rispetto a quello di Riccardo De Giovanni)



ALESSANDRO

11 MARZO 2011 AT 09:34 | PERMALINK | REPLICA

Bella la realizzazione. Avrei utilizzato un labirinto più grande ed il logo all'interno della bussola dato che la tua azienda è proprio quella che deve dare la rotta sulla rete. Belli anche i colori.



ELISA PECORARO

11 MARZO 2011 AT 09:38 | PERMALINK | REPLICA

ok Ah!!! la tua mi sembra l'idea più interessante da sfruttare...grazie del consiglio...

ma sto labirinto, visto che me l'avete già detto in molti, non è già abbastanza grande???



ALBERTO

12 MARZO 2011 AT 09:14 | PERMALINK | REPLICA

Che bello, dov'è Pac Man?



ELISA PECORARO

13 MARZO 2011 AT 15:21 | PERMALINK | REPLICA

Tu scherzi, ma giuro che per un secondo avevo pensato di metterlo nel labirinto...

poi però mi sono ricordata che non dovevo pubblicizzare videogames anni '80...

Le due classi sono state chiamate a lavorare su alcuni esercizi comuni.

Ciò ha permesso un ulteriore sviluppo del concetto di "collaborazione": grazie al supporto tecnologico offerto dal blog, persone fisicamente distanti (due classi diverse) che seguono percorsi formativi simili possono incontrarsi e confrontarsi su un tema comune, innescando un meccanismo di commentaggio quasi feroce fomentato anche dal desiderio di mostrare al "mondo" ciò che si è imparato in aula.

Questo meccanismo ha portato – per esempio - molti studenti a ritoccare o rifare a casa gli esercizi svolti in aula per migliorarli alla luce delle critiche che erano state mosse.

L'annuario è stato pensato e realizzato come momento di formazione: è stato proprio uno degli studenti, Andrea Asti, a farne il progetto grafico e ad impaginare l'edizione.



www.blurb.com/books/2185744

Dai commenti postati sul blog nasce “IO WEB DESIGNER”, un volume pensato a mò di annuario che raccoglie alcuni tra i lavori più significativi degli studenti di entrambi i corsi.

L'annuario è stato pensato e realizzato come momento di formazione: è stato proprio uno degli studenti, Andrea Asti, a farne il progetto grafico e ad impaginare l'edizione.

L'anteprima del volume, in formato elettronico, è disponibile all'indirizzo:
www.blurb.com/books/2185744

Ciascun studente è stato chiamato a immaginare di aprire una propria web agency, trovarle un nome, creare un marchio, ideare un manifesto pubblicitario e, infine, un lay-out per un sito web istituzionale secondo lo standard fornito.



Ciascun studente è stato chiamato a immaginare di aprire una propria web agency, trovarle un nome, creare un marchio, ideare un manifesto pubblicitario e, infine, un lay-out per un sito web istituzionale secondo lo standard fornito.

I commenti ai lavori sono estratti dallo stesso blog dove i lavori sono stati pubblicati in prima istanza: il volume si presenta così come un vero e proprio progetto pensato e realizzato totalmente dagli studenti – dai contenuti, ai commenti agli stessi, all'impaginazione.

Questi lavori [...] fotografano un momento di creatività in cui ogni studente è stato chiamato ad immaginare un proprio futuro professionale e a riflettere sul messaggio con il quale vorrebbe essere distinto e ricordato.

Dall'introduzione al volume di Alessandro Obino



Questi lavori [...] fotografano un momento di creatività in cui ogni studente è stato chiamato ad immaginare un proprio futuro professionale e a riflettere sul messaggio con il quale vorrebbe essere distinto e ricordato.

Dall'introduzione al volume di Alessandro Obino

Proattività

- interdipendenza tra i membri del gruppo nella realizzazione di un compito, un impegno nel mutuo aiuto, un senso di responsabilità verso il gruppo e i suoi obiettivi.

Apprendimento collaborativo

Apprendimento cooperativo

- interazione all'interno di un gruppo di allievi che collaborano, per cercare di raggiungere un fine comune, attraverso un lavoro di approfondimento e di apprendimento.

Interattività

Il “salto” che si rende ora necessario è quello dall'apprendimento di tipo collaborativo - fase in cui gli studenti “fanno gruppo” supportandosi vicendevolmente anche grazie al supporto della tecnologia – all'apprendimento di tipo cooperativo.

INTERATTIVITÀ

Apprendimento collaborativo

interdipendenza tra i membri del gruppo nella realizzazione di un compito, un impegno nel mutuo aiuto, un senso di responsabilità verso il gruppo e i suoi obiettivi.

PROATTIVITÀ

Apprendimento cooperativo

interazione all'interno di un gruppo di allievi che collaborano, per cercare di raggiungere un fine comune, attraverso un lavoro di approfondimento e di apprendimento.

Su quali obiettivi concentrare il gruppo di apprendimento cooperativo?



Su quali obiettivi concentrare il gruppo di apprendimento cooperativo?

-Bisogni reali

C'è bisogno di un progetto reale, capace di stimolare il gruppo proprio per la concretezza della sua necessità e delle sue criticità: il prodotto di una esercitazione non è il frutto di un bisogno reale e, rimanendo costantemente sul piano dell'ipotetico, perde rapidamente la capacità di trainare il gruppo verso gli obiettivi fissati.

-Strumenti professionali

Il gruppo ha bisogno di entrare in contatto il più possibile con il mondo della professionalità per apprezzare lo scarto tra la cupola di vetro rappresentata dall'aula e il mondo reale – dove spesso le cose funzionano in modo molto diverso da come vengono teorizzate.

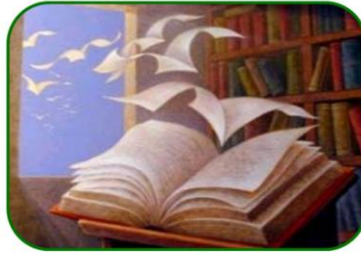
-Dinamiche di gruppo

Il gruppo ha bisogno di confrontarsi con tutte le problematiche relative alle proprie stesse dinamiche interne, criticità che trascendono le abilità puramente professionali e che dipendono semplicemente dalla realtà di un gruppo di persone che lavorano insieme. Gestire le personalità, oltre che le professionalità, è un'abilità che si acquisisce solamente con l'esperienza concreta in ambito aziendale.



Il web è come la torre di Babele

- Vi si parlano mille dialetti tecnologici
- Queste lingue nascono e muoiono con velocità sorprendente
- Il supporto dei testi che vengono pubblicati sul web è immateriale ed in continuo aggiornamento



I testi della cultura digitale sono volatili

- Ogni volta che un sito viene aggiornato o una tecnologia viene modificata, perdiamo la possibilità di consultare questi documenti
- Oggi milioni di siti sono già irrimediabilmente perduti



Dobbiamo mantenere la memoria

- Perché i siti sono testi che hanno caratterizzato la nostra cultura materiale
- I modelli di organizzazione dell'informazione che si sono succeduti hanno plasmato il nostro modo di pensare
- I modelli di aggregazione hanno influenzato la nostra stessa organizzazione sociale

In cerca di un "bisogno reale".....

Il web è come la torre di Babele

Vi si parlano mille dialetti tecnologici

Queste lingue nascono e muoiono con velocità sorprendente

Il supporto dei testi che vengono pubblicati sul web è immateriale ed in continuo aggiornamento

I testi della cultura digitale sono volatili

Ogni volta che un sito viene aggiornato o una tecnologia viene modificata, perdiamo la possibilità di consultare questi documenti

Oggi milioni di siti sono già irrimediabilmente perduti

Dobbiamo mantenere la memoria

Perché i siti sono testi che hanno caratterizzato la nostra cultura materiale

I modelli di organizzazione dell'informazione che si sono succeduti hanno plasmato il nostro modo di pensare

I modelli di aggregazione hanno influenzato la nostra stessa organizzazione sociale

La cultura va salvata. Il web è cultura. Il web va salvato!

Chi ha salvato i testi perduti della grande cultura classica?



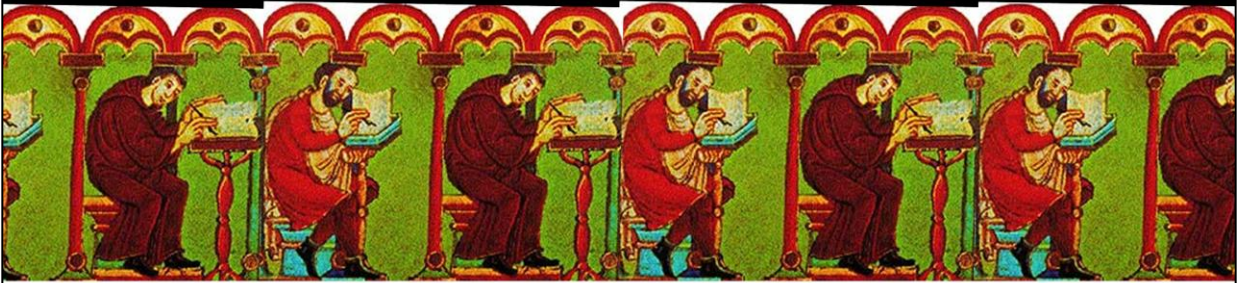
“Entrando nello scriptorium ci troviamo in un opificio di sapienza e di pietà e di scienza, in un bastione di fortezza, in un ricettacolo di santi.

In ciò, dicevo a me stesso, risiede la grandezza dell'ordine benedettino, nella produzione e riproduzione della conoscenza, nel difendere il tesoro del mondo cristiano e la parola stessa di Dio.

Finché queste mura resisteranno, la parola divina sarà custodita.”

Da “Il Nome della Rosa”, di J.J. Annaud, tratto dall'omonimo romanzo di Umberto Eco.

Abbiamo quindi deciso di riunire un piccolo gruppo di monaci...



... per salvare questo grande patrimonio dell'umanità.

Abbiamo quindi deciso di riunire un piccolo gruppo di monaci.....per salvare questo grande patrimonio dell'umanità.

Le finalità del progetto



- Creare uno strumento ed un modello per l'implementazione di un museo virtuale 2.0
- Ideare, applicare e gestire strategie di marketing finalizzate al fund raising per il progetto
- Apprendere modalità di gestione Knowledge Management System LHR

Il progetto: Web Museum 2.0

- Creare uno strumento ed un modello per l'implementazione di un museo virtuale che sfrutti le tecnologie del web 2.0: condivisione, socialità, interazione con la realtà.
- Ideare, applicare e gestire strategie di marketing finalizzate al fund raising per il progetto.
- Apprendere le modalità di gestione del Knowledge Management System LHR, un software utilizzato in grandi realtà aziendali per patrimonializzare, conservare e gestire la conoscenza.

Conclusioni



Contesto professionale

- Il contesto attuale richiede professionalità elastiche, capaci di lavorare in gruppo e per progetti, con competenze trasversali ed elevato livello di autonomia

Apprendimento cooperativo

- L'apprendimento cooperativo è necessario per la creazione di competenze professionali adeguate al contesto

Percorsi di specializzazione

- In questo modo è possibile creare percorsi di apprendimento personalizzati in cui ogni componente del gruppo possa valorizzare le proprie specificità

-Il contesto aziendale coevo sta cambiando-

- richiede competenze professionali elastiche, in grado di adattarsi continuamente alle nuove necessità;
- bisogna saper lavorare in piccoli gruppi e pensare per "progetti";
- è necessario sviluppare competenze trasversali ed un elevato livello di autonomia che consenta di lavorare in maniera *cooperativa*, ottenendo cioè il massimo rendimento dai singoli componenti grazie alla sinergia, al supporto reciproco e allo scambio costante di informazioni e competenze.

-L'apprendimento cooperativo è necessario per la creazione di competenze professionali adeguate al contesto: se quest'ultimo cambia, gli strumenti di formazione dovrebbero mutare anch'essi in maniera corrispondente per non creare dislivelli tra ciò che il mondo del lavoro richiede e ciò che il mondo della formazione fornisce.

-Percorsi di specializzazione: in questo modo è possibile creare percorsi di apprendimento personalizzati in cui ogni componente del gruppo possa valorizzare le proprie specificità