# TABELLE DA COMPILARE

# PRESENTAZIONE DELLA SCUOLA E DI CHI PARTECIPA ALL’AUTOVALUTAZIONE DELL’OFFERTA FORMATIVA

|  |  |
| --- | --- |
| **ISTITUTO SCOLASTICO** NOME:  | **VERIFICA**  |
| INDIRIZZO:  |  |
| SITO INTERNET:  |  |
| E-MAIL:  |  |
| TELEFONO:  |  |
| REFERENTE SCOLASTICO:  |  |
| TELEFONO DI RIFERIMENTO:  |  |
| EMAIL DI RIFERIMENTO:  |  |
| **PROFESSORI e DIRIGENTI COINVOLTI:** |  |
| * NUMERO
 |  |
| **CLASSI COINVOLTE:** |  |
| * NUMERO
 |  |
| **STUDENTI COINVOLTI:** |  |
| * NUMERO DI STUDENTI DEL 3° ANNO
 |  |
| * NUMERO DI STUDENTI DEL 4° ANNO
 |  |

**QUESTIONARIO DI AUTOVALUTAZIONE**

|  |
| --- |
| **CHI LO COMPILA*** DIRIGENTE SCOLASTICO E PROFESSORI
* STUDENTI
 |
| **VALORI E CRITERI LICET®** **CON CUI VALUTARE L’OFFERTA FORMATIVA** | **EVIDENZA OGGETTIVA** **INDICARE DOVE È PRESENTE****P: PTOF****PF: PROGETTO FORMATIVO**  | **LIVELLO % [[1]](#footnote-1)****0-100%** |
| Il **Legame con il territorio** rappresenta le radici con le proprie origini e la gioia di essere parte di un territorio.I valori di chi è orgoglioso del proprio passato, della propria identità e cultura locale. Si valuta la capacità di imprimere l’identità del luogo, di preservare e valorizzare la storia, il paesaggio, la cultura, la comunità locale ed il territorio.  |
| **1.** Saper promuovere le tradizioni e i valori storico-culturali della comunità locale,  |  |  |
| **2.** Saper promuovere il valore del paesaggio |  |  |
| **3.** Saper valorizzare le materie prime locali e i loro produttori |  |  |
| **4.** Conoscere e collaborare con altre realtà economiche  |  |  |
| **5.** Coinvolgere la comunità locale nei progetti di sviluppo |  |  |
| **CALCOLO VALORE MEDIO** **SOMMA/5** |  |
| L’**Innovazione e il miglioramento** rappresentano la genialità, la freschezza, l'ottimismo e la vitalità delle nuove idee, la volontà di migliorare continuamente: il valore di chi guarda al futuro con determinazione. Si valuta la capacità di gestire il cambiamento, quella di stare al passo con il mercato e rispondere efficacemente alle aspettative delle parti interessate, tenendosi aggiornati sulle novità del proprio contesto, misurando le prestazioni dei processi e i risultati raggiunti per orientare il miglioramento e la creatività |
| **1.** Saper analizzare il proprio contesto / mercato |  |  |
| **2.** Saper auto-valutare il proprio operato / servizio |  |  |
| **3.** Saper gestire i problemi e i conflitti per migliorare |  |  |
| **4.** Saper trasformare le idee in progetti di successo |  |  |
| **5.** Saper collaborare con gli altri per un apprendimento reciproco |  |  |
| **6.** Saper analizzare la soddisfazione delle proprie parti interessate (es. clienti, collaboratori, fornitori, …) |  |  |
| **CALCOLO VALORE MEDIO** **SOMMA/6** |  |
| La **Competitività e la correttezza**rappresentano la forza, l'energia che spinge ad affrontare le sfide anche più difficili. Si valuta la capacità di fare percepire il valore competitivo, che significa essere capaci di generare un circolo virtuoso in grado di garantire buoni prodotti/servizi a costi equi, generare fiducia e credibilità |
| **1.** Saper organizzare il lavoro proprio e degli altri |  |  |
| **2.** Saper applicare le leggi |  |  |
| **3.** Saper gestire i rischi |  |  |
| **4.** Saper essere efficaci ed efficienti da soli e in squadra |  |  |
| **5.** Saper fare un piano di formazione per la crescita delle competenze proprie e degli altri |  |  |
| **6.** Saper valutare la qualità dei prodotti/servizi |  |  |
| **7.** Saper fare e rispettare un piano di manutenzione delle attrezzature /ambienti di lavoro |  |  |
| **8.** Saper comunicare in modo chiaro e adatto al pubblico previsto in forma scritta e orale |  |  |
| **9.** Saper definire i prezzi del prodotto/servizio. |  |  |
| **CALCOLO VALORE MEDIO** **SOMMA/9** |  |
| L’**ecologia e la sostenibilità ambientale**Rappresenta l’equilibrio della gestione di tutti gli aspetti ambientali diretti e indiretti. La capacità di non sprecare e fare in modo ecologico: avere l’ambiente come alleato, produrre meno inquinamento, utilizzare più risorse rinnovabili, ridurne i consumi e per permettere che i rifiuti diventino risorse per qualcun altro o che i prodotti possano durare nel tempo nella loro interezza o nelle loro singole parti, anche grazie al riciclo e al riuso in altre forme. |
| **1.** Saper fare un piano di gestione rifiuti con logiche di prevenzione, riduzione, riciclo, riutilizzo,  |  |  |
| **2.** Saper ridurre gli sprechi  |  |  |
| **3.** Saper identificare gli impatti (diretti ed indiretti) in tutto il ciclo di vita del servizio  |  |  |
| **4.** Saper sostituire le sostanze chimiche con altre meno impattanti  |  |  |
| **5.** Saper coinvolgere i fornitori e i consumatori nel ridurre gli impatti ambientali  |  |  |
| **6.** Saper ottimizzare i trasporti e le apparecchiature per ridurre le emissioni dei gas a effetto serra (g CO2 eq.),  |  |  |
| **7.** Saper valorizzare la biodiversità agroalimentare e il benessere degli animali  |  |  |
| **8.** Saper fare un piano di gestione delle risorse energetiche rinnovabili e non  |  |  |
| **9.** Saper fare un piano di gestione della risorsa idrica |  |  |
| **CALCOLO VALORE MEDIO** **SOMMA/9** |  |
| La **tutela delle persone**Rappresenta la sicurezza che infonde fiducia ad ognuno. Si valuta la capacità di personalizzare ed essere attenti a tutelare le persone, e quindi saper ascoltare e rispondere ai bisogni degli altri; educare ed essere aperti alla conoscenza dei bisogni personali permette di creare vero valore aggiunto, migliorando la qualità del fare e del fare bene. |
| **1.** Saper acquistare in modo responsabile, equo e solidale |  |  |
| **2.** Saper fare un piano di sicurezza per prevenire incidenti, malattie professionali e gestire emergenze  |  |  |
| **3.** Saper rispondere ai bisogni dei lavoratori per rispettare l’equilibrio lavoro – vita  |  |  |
| **4.** Saper garantire la sicurezza dei consumatori e la salute con la composizione dei menu e la location  |  |  |
| **5.** Saper evitare discriminazioni per questioni culturali e sociali  |  |  |
| **6.** Saper rispondere ai bisogni speciali dei consumatori con allergie, intolleranze, disabilità, con metodi di progettazione per tutt\* |  |  |
| **7.** Saper educare al consumo motivando scelte responsabili e sostenibili |  |  |
| **CALCOLO VALORE MEDIO** **SOMMA/7** |  |

# ELENCO DELLE EVIDENZE OGGETTIVE A CUI SI E’ FATTO RIFERIMENTO PER L’AUTOVALUTAZIONE

Qui si indicano tutte le evidenze a cui si è fatto riferimento durante la compilazione del questionario, qui semplicemente si elencano dando, ove possibile, maggiori informazioni per far capire meglio di cosa si tratta e se la formazione è già stata erogata, in corso, o verrà erogata nell’anno scolastico.

Tabella – Descrizione dell’offerta formativa a supporto

|  |
| --- |
| **OFFERTA FORMATIVA 1:*** EROGATA
* IN CORSO
* PIANIFICATA PER ESSERE EROGATA NELL’ANNO SCOLASTICO IN CORSO
 |
| TITOLO PROGETTO |  |
| ABSTRACT |  |
| PROGETTO CURRICULARE / EXTRA CURRICULARE  |  |
| CONTESTO/AMBITO TERRITORIALE |  |
| DESTINATARI |  |
| MOTIVAZIONI E OBIETTIVI |  |
| RISULTATI ATTESI |  |
| METODOLOGIE |  |
| DURATA - MONTE ORE |  |
| ARGOMENTI TRATTATI |  |
| DESCRIZIONE MODALITÀ FORMATIVA |  |
| EVENTUALI ASPETTI FINANZIARI |  |
| STUDENTI COINVOLTI, NUMERO E CLASSI/ANNO |  |
| NUMERO PARTECIPANTI SPECIFICANDO NUMERO DI: DOCENTI E COLLABORATORI COINVOLTI, PERSONE/CITTADINI COINVOLTI/ALTRE PARTI INTERESSATE - ES. AZIENDE, COMUNI…)  |  |
| RISULTATI (PER PROGETTI GIÀ CONCLUSI) |  |
| MODALITÀ DI DIVULGAZIONE DEI RISULTATI  |  |

1. **MODALITÀ DI VALUTAZIONE**

**NON CLASSIFICATO: da 0 a 15%** - l’offerta formativa non affronta l’argomento/criterio

**BEGINNER: da 16 a 25%** - l'offerta formativa da concetti generali per parlare dell’argomento/criterio in modo teorico e basilare (es. presentazione durante la lezione, …)

**ACTIVE: da 26 a 50%** - l'offerta formativa approfondisce l’argomento/criterio e consente di averne padronanza per confrontarsi con gli altri (es. esercitazione pratica, visite in azienda, …)

**SKILLED: da 51 a 75%** - l'offerta formativa consente di mettere in pratica la teoria (*learning by doing*) ed imparare dall’esperienza (es. progetti con il mondo del lavoro, …)

**ADVANCED: da 76 a 100%** - l'offerta formativa consente di dimostrare le competenze raggiunte ed esserne riferimento palese per altre scuole o il territorio (es. risultati di ricerche applicate, premi ottenuti, …) [↑](#footnote-ref-1)