

**RUBRICA DI AUTOVALUTAZIONE DELLE COMPETENZE MATURATE DURANTE IL TIROCINIO**

**NOME E COGNOME STUDENTE:** Ambra Molinarelli

**AZIENDA:** Except

COMPETENZA	INDICATORI	LIVELLO AVANZATO	LIVELLO INTERMEDIO	LIVELLO BASE	AUTOVALUTAZIONE
<p>Analisi del cliente e comprensione della storia e delle motivazioni fondanti l'azienda</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ascolto</li> <li>- Identificazione, empatia con chi ha creato l'azienda</li> <li>- Raccolta e selezione di informazioni relative all'azienda</li> <li>- Studio dei lavori precedenti: storia del prodotto e comunicazione dello stesso</li> <li>- Capacità di collegare la storia dell'azienda al periodo storico e sociale in cui si è sviluppata</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ottima capacità di instaurare una relazione di fiducia con il cliente facendolo sentire a proprio agio nel parlare sinceramente e apertamente dell'azienda: motivazioni, storia, difficoltà, risultati, ecc</li> <li>- Buona capacità di instaurare un rapporto empatico (quasi di identificazione) con la maggior parte dei clienti</li> <li>- Ottima capacità di identificare e raccogliere i prodotti e le campagne di comunicazione, maggiormente significative, realizzate dall'azienda riuscendo ad intuire il pensiero e i principi su cui si erano fondate, anche in relazione ai diversi periodi storici e sociali</li> <li>- Ottima capacità di</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacità di instaurare una relazione di fiducia solo con alcuni clienti, facendoli sentire a proprio agio nel parlare sinceramente e apertamente dell'azienda: motivazioni, storia, difficoltà, risultati, ecc</li> <li>- Capacità di instaurare un rapporto empatico (quasi di identificazione) solo con alcuni clienti</li> <li>- Buona capacità di identificare e raccogliere i prodotti e le campagne di comunicazione realizzate dall'azienda con qualche difficoltà ad intuire il pensiero e i principi su cui si erano fondate</li> <li>- Capacità parziale di intuire i punti di forza e di debolezza dell'azienda a partire dallo studio e dalla conoscenza della stessa</li> <li>- Discreta assertività nel comunicare al cliente il proprio lavoro e il proprio pensiero</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Difficoltà ad instaurare una relazione di fiducia con i clienti, tendenza a sentirsi in una posizione di subalternità</li> <li>- Capacità di instaurare un rapporto empatico (quasi di identificazione) solo con alcuni clienti</li> <li>- Buona capacità di identificare e raccogliere i prodotti e le campagne di comunicazione realizzate dall'azienda con qualche difficoltà ad intuire il pensiero e i principi su cui si erano fondate</li> <li>- Capacità parziale di intuire i punti di forza e di debolezza dell'azienda a partire dallo studio e dalla conoscenza della stessa</li> <li>- Discreta assertività nel comunicare al cliente il proprio lavoro e il proprio pensiero</li> </ul>	

		<p>intuire i punti di forza e di debolezza dell'azienda a partire dallo studio e dalla conoscenza della stessa</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Elevata assertività nel comunicare al cliente il proprio lavoro e il proprio pensiero</li> </ul>			<p>Evidenze</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Analisi di Tiquadra (consulenza su software gestionali per aziende fashion): 5 schede che riassumono il core business dell'azienda.</li> <li>- Analisi della storia e del sito della casa di riposo "Istituto Mosca".</li> </ul>
Capacità di ricerca	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cultura generale e specifica in sociologia, storia della comunicazione</li> <li>- Identificazione delle linee guida maggiormente significative per comprendere il prodotto da promuovere: storia, simbologia, evoluzione, utilizzo...</li> <li>- Ampliamento e approfondimento della ricerca sul prodotto e individuazione di nuovi spunti di comunicazione</li> <li>- Utilizzo delle principali tecniche di ricerca: web e consultazione testi</li> <li>- Comprensione del trend dell'azienda, della sua identità, del suo spirito</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Buon livello di cultura generale</li> <li>- Ottima intuizione nel delineare le linee guida per la realizzazione della ricerca sul prodotto, capacità di approfondimento</li> <li>- Ottima capacità di consultazione sitografica e bibliografica</li> <li>- Elevata capacità di ispirarsi ai materiali raccolti per ideare nuovi spunti di comunicazione in perfetta sintonia con l'identità e il trend dell'azienda</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Buon livello di cultura generale, qualche lacuna da riempire</li> <li>- Buona intuizione nel delineare le linee guida per la realizzazione della ricerca sul prodotto</li> <li>- Buona capacità di consultazione sitografica, qualche lacuna in quella bibliografica</li> <li>- Buona capacità di ispirarsi ai materiali raccolti per ideare nuovi spunti di comunicazione, non sempre in sintonia con l'identità e il trend dell'azienda</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Buon livello culturale solo per alcune aree, molte lacune da riempire</li> <li>- Qualche difficoltà a delineare le linee guida per la realizzazione della ricerca sul prodotto</li> <li>- Scarsa capacità di consultazione sitografica e bibliografica</li> <li>- Individuazione di nuovi spunti di comunicazione scollegati dalla ricerca realizzata e non sempre in sintonia con l'identità e il trend dell'azienda</li> </ul>	<p>Evidenze</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pianegonda gioielli: ricerca sulla cultura orafa nei diversi Paesi e sull'utilizzo dei gioielli nelle differenti tradizioni religiose. Ricerca storica sulle donne rappresentative rispetto l'epoca in cui sono vissute. Ricerca sui principali competitor.</li> <li>- Ricerca sul cibo funzionale allo sviluppo di un'app sulla cucina "Meetomato".</li> </ul>

Collocazione dell'idea	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Creatività</li> <li>- Ideazione del mood della campagna e individuazione delle strade comunicative percorribili (studio di fattibilità legato al budget, al periodo storico, ecc.)</li> <li>- Illustrare al cliente perché quell'idea si sposa bene con l'identità dell'azienda (capacità di vendita)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Alto livello di creatività, ovvero elasticità e flessibilità nel collegare tutti gli elementi e i mezzi a disposizione per l'ideazione del mood della campagna.</li> <li>- Buona capacità di individuare più strade comunicative percorribili e realizzabili</li> <li>- Elevata capacità di far comprendere al cliente le motivazioni alla base dei progetti ideati e in che modo si integrano, rinforzandola, con l'identità aziendale</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Buon livello di creatività, ovvero elasticità e flessibilità nel collegare gli elementi e i mezzi a disposizione per l'ideazione del mood della campagna.</li> <li>- Buona capacità di individuare almeno una idea comunicativa percorribile e realizzabile</li> <li>- Buona capacità di far comprendere al cliente le motivazioni alla base del progetto ideato</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Scarsa elasticità e flessibilità nel collegare gli elementi e i mezzi a disposizione per l'ideazione del mood della campagna.</li> <li>- In alcuni casi individuazione di proposte difficilmente realizzabili</li> <li>- Incapacità di illustrare efficacemente al cliente e scarsa consapevolezza delle motivazioni a sostegno del proprio progetto</li> </ul>	<p>Evidenza</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Catena di gelaterie Farm: ideazione della comunicazione interna ai negozi (allestimento), immagine coordinata e comunicazione esterna.</li> <li>- Ideazione del logo e dell'immagine coordinata della casa di riposo "Istituto Mosca".</li> <li>- Ideazione della grafica dell'applicazione "Meetomato"</li> </ul>
Definizione e programmazione di una campagna	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sviluppo del mood, della campagna, progettazione e programmazione delle sue declinazioni (video, documenti, campagna virale)</li> <li>- Confronto con la rete vendita per capire i supporti necessari per la realizzazione del progetto comunicativo</li> <li>- Buon utilizzo delle risorse a disposizione</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ottima visione d'insieme</li> <li>- Ottime competenze di programmazione per la definizione e la realizzazione di tutte le declinazioni della campagna promozionale</li> <li>- Buona capacità di comunicare con la rete vendita per comprendere la fattibilità della campagna (vincoli, ostacoli, risorse, ecc)</li> <li>- Capacità di ottenere la</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Visione d'insieme parziale</li> <li>- Buona capacità di programmazione solo per campagne di comunicazione poco complesse</li> <li>- Qualche difficoltà a comprendere il punto di vista della rete vendita</li> <li>- Capacità di ottenere una buona efficacia nell'utilizzo delle risorse</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Visione molto parziale degli obiettivi/risultati da raggiungere</li> <li>- Capacità di programmazione che dev'essere supervisionata da una persona più esperta</li> <li>- Scarsa attenzione all'efficacia nell'utilizzo delle risorse</li> </ul>	<p>Evidenze:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pianegonda: partecipazione alla programmazione e definizione della campagna</li> </ul>

		massima efficacia nell'utilizzo delle risorse			
Utilizzo dei programmi di composizione (Illustrator, Indesign, Photoshop)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Consapevolezza che i programmi sono strumenti funzionali al progetto grafico e non viceversa</li> <li>- Conoscenza delle varie funzioni del programma</li> <li>- Comprensione del programma</li> <li>- Velocità di utilizzo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La scelta e l'utilizzo dei programmi è perfettamente funzionale al progetto comunicativo</li> <li>- Utilizzo rapido della maggior parte dei programmi</li> <li>- Ottima conoscenza della maggior parte delle funzioni</li> <li>- Completa autonomia nell'apprendimento di nuove funzioni e aggiornamenti</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Buona comprensione del programma e delle funzioni più utili per un determinato progetto comunicativo, non sempre accompagnata da una altrettanto buona capacità di utilizzo</li> <li>- Buona conoscenza di molte funzioni di quasi tutti i programmi</li> <li>- Capacità di apprendere l'utilizzo di nuove funzioni in modo autonomo</li> <li>- Buona velocità di utilizzo</li> <li>- Necessità di fare pratica delle funzioni meno utilizzate</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tendenza ad usare i programmi e le loro funzioni in base alle proprie conoscenze piuttosto che a ciò che sarebbe più efficace per il progetto comunicativo</li> <li>- Conoscenza solo delle principali funzioni per la maggior parte dei programmi</li> <li>- Velocità di utilizzo medio/bassa</li> <li>- Necessità di fare pratica con i vari programmi</li> </ul>	<p>Evidenze:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Creazione del logo per le Gelaterie Farm (Illustrator)</li> <li>- Realizzazione di alcune presentazioni per aziende e progetti: Except, Nativa e Soundstainable (Indesign)</li> <li>- Ritocco fotografico per catalogo (Photoshop)</li> <li>- Realizzazione biglietti da visita per i collaboratori di Except (Photoshop)</li> </ul>
Utilizzo dei programmi per le grafiche in movimento (Premiere, Cinema 4D, After effect)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Consapevolezza che i programmi sono strumenti funzionali al progetto grafico e non viceversa</li> <li>- Conoscenza delle varie funzioni del programma</li> <li>- Comprensione del programma</li> <li>- Velocità di utilizzo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La scelta e l'utilizzo dei programmi è perfettamente funzionale al progetto comunicativo</li> <li>- Utilizzo rapido della maggior parte dei programmi</li> <li>- Ottima conoscenza della maggior parte delle funzioni</li> <li>- Completa autonomia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Buona comprensione del programma e delle funzioni più utili per un determinato progetto comunicativo, non sempre accompagnata da una altrettanto buona capacità di utilizzo</li> <li>- Buona conoscenza di molte funzioni di quasi tutti i programmi</li> <li>- Capacità di apprendere l'utilizzo di nuove funzioni in</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tendenza ad usare i programmi e le loro funzioni in base alle proprie conoscenze piuttosto che a ciò che sarebbe più efficace per il progetto comunicativo</li> <li>- Conoscenza solo delle principali funzioni per la maggior parte dei programmi</li> <li>- Velocità di utilizzo</li> </ul>	

		nell'apprendimento di nuove funzioni e aggiornamenti	modo autonomo - Buona velocità di utilizzo - Necessità di fare pratica delle funzioni meno utilizzate	medio/bassa - Necessità di fare pratica con i vari programmi	
Socializzazione e inserimento nel team aziendale	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Collaborazione con tutti i colleghi: assertività nel proporre le proprie idee e apertura verso le idee dei colleghi</li> <li>- Adeguamento alle regole/abitudini del team</li> <li>- Comportamento che tende a prevenire situazioni di tensione e di disagio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ottima capacità di collaborazione con tutti i colleghi in funzione al progetto da realizzare</li> <li>- Elevato scambio di idee progettuali</li> <li>- Accettazione e sintonia con le regole e le abitudini del team</li> <li>- Buona capacità di evitare situazioni di tensione e di gestire eventuali conflitti</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Buona capacità di collaborazione con quasi tutti i colleghi in funzione al progetto da realizzare</li> <li>- Scambio di idee progettuali</li> <li>- Accettazione delle regole e abitudini del team</li> <li>- Buona capacità di evitare situazioni di tensione e di disagio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Attitudine a collaborare solo con alcuni colleghi</li> <li>- Scarso scambio di idee progettuali, difficoltà ad esporre il proprio punto di vista</li> <li>- Accettazione e comprensione ancora parziale delle regole e abitudini del team</li> <li>- Sentimento di disagio in alcune situazioni</li> </ul>	