

**Unicollege
per la scuola**

FSL

Orientamento

2025/2026

unicollege

Unicollege per la scuola

Nell'ambito dell'**orientamento in uscita**, Unicollege propone numerose **attività rivolte alle scuole superiori**, con l'obiettivo di accompagnare gli studenti verso una scelta formativa coerente con le loro caratteristiche, aspirazioni e talenti.

Tra le diverse iniziative, offriamo una serie di **laboratori tematici**, pensati per introdurre i ragazzi agli ambiti che caratterizzano i nostri percorsi di specializzazione.

I laboratori, veri e propri *hub* di sperimentazione, permettono agli studenti di mettersi alla prova su contenuti attuali e stimolanti: guidati dai nostri docenti nell'analisi e nella valutazione delle tematiche proposte, hanno l'opportunità di esprimere creatività e capacità interpretative nella ricerca di soluzioni innovative.

Tutti i laboratori sono gratuiti e prevedono il rilascio di un **attestato di partecipazione**.

Accanto ai laboratori, tra le attività si inserisce anche la **Mock Conference**, la simulazione di una conferenza internazionale *made in Unicollege*: un'esperienza unica in cui gli studenti delle scuole superiori possono partecipare attivamente, anche come classi, confrontandosi su tematiche globali e sviluppando competenze di comunicazione, lavoro di squadra e pensiero critico.

Questa proposta rappresenta un primo passo all'interno dei nostri servizi di orientamento: oltre alle attività già strutturate, Unicollege è disponibile a creare **percorsi personalizzati**, progettati ad hoc dai nostri orientatori, in base alle esigenze delle singole scuole. Le attività possono svolgersi sia direttamente presso gli istituti scolastici, sia nelle nostre sedi, quindi offrendo occasione per uscire dalla scuola.

Inoltre, durante tutto l'anno Unicollege organizza **seminari** dedicati ai vari indirizzi di specializzazione e offre la possibilità di assistere alle lezioni, sia in presenza durante l'anno accademico, sia online in occasione della Open Week.

Per l'anno accademico in corso, proponiamo **20 laboratori tematici**, che affrontano argomenti di grande attualità e di forte rilevanza per il percorso formativo degli studenti.



La pubblicità: quello che non si vede

Durata	90 - 120 minuti
Numero min e max di partecipanti	10 - 40
Lingue di insegnamento	Italiano, inglese
Supporto necessario	PC con videoproiettore; connessione ad internet, altoparlanti
Temi trattati	Comunicazione, marketing, attualità, fotografia, storytelling visivo

Questo laboratorio è progettato per offrire agli studenti una comprensione profonda del ruolo della pubblicità nella nostra vita quotidiana e nel contesto sociale più ampio.

Attraverso attività interattive e cercando di stimolare una partecipazione attiva, ci proponiamo di far emergere una consapevolezza critica su come i messaggi pubblicitari influenzano le nostre scelte, i nostri comportamenti e su come, a loro volta, le nostre risposte influenzano il mondo della pubblicità e delle aziende.

Obiettivi

- Promuovere una riflessione critica sull'influenza dei messaggi pubblicitari nelle scelte quotidiane;
- Approfondire la comprensione della pubblicità come riflesso dei valori e delle dinamiche della società.



Avete mai visto una mucca viola?

Durata	90 - 120 minuti
Numero min e max di partecipanti	10 - 40
Lingue di Insegnamento	Italiano
Supporto necessario	PC con videoproiettore; connessione ad internet, altoparlanti
Temi trattati	Marketing, comunicazione, fotografia, storytelling visivo

Ispirato al celebre libro di Seth Godin, il laboratorio guida gli studenti ad una riflessione sul valore dell'unicità nella comunicazione. Partendo dalla provocatoria domanda "Avete mai visto una mucca viola?", i partecipanti esploreranno cosa rende un'idea o una campagna davvero memorabile in un mondo saturo di stimoli. Attraverso esempi iconici come lo spot "1984" di Apple, le campagne Benetton di Oliviero Toscani e la mucca della Milka, analizzeremo l'effetto WOW che rende una comunicazione impossibile da ignorare. In chiusura, ogni gruppo potrà mettersi alla prova, creando la propria mucca viola progettando una campagna originale costruita su oggetti comuni.

Obiettivi

- Riflettere sul concetto che oggi essere notati non basta: bisogna essere memorabili;
- Trarre ispirazione da coloro che hanno avuto il coraggio di pensare fuori dagli schemi.



Vestirsi di messaggi: lo storytelling nella moda

Durata	60 – 90 minuti
Numero min e max di partecipanti	10 – 40
Lingue di Insegnamento	Italiano, inglese
Supporto necessario	PC con videoproiettore; connessione ad internet, altoparlanti
Temi trattati	Marketing, storia della moda, fotografia, comunicazione, storytelling

La moda è molto più di una questione estetica: è un linguaggio, un mezzo attraverso cui comunichiamo chi siamo, cosa pensiamo e talvolta anche in cosa crediamo. Nella prima parte di questo laboratorio gli studenti rifletteranno su come ogni abito, accessorio o dettaglio possa diventare parte di una narrazione visiva, in grado di esprimere emozioni, valori, identità. Nella seconda parte invece analizzeranno insieme alcune campagne iconiche che hanno fatto scuola, come quelle di Nike, o come i celebri manifesti Benetton degli anni '90. I partecipanti saranno coinvolti in attività creative che li porteranno a riflettere sul proprio stile personale, fino a costruire un vero e proprio "manifesto di stile": un racconto visivo e identitario che parte dal modo in cui ci si veste ogni giorno. Perché anche scegliere cosa indossare è, in fondo, un modo per raccontarsi.

Obiettivi

- Far riflettere sullo strettissimo legame che esiste tra moda e comunicazione;
- Riflettere su quanto sia importante oggi raccontare delle storie per promuovere qualsiasi brand.



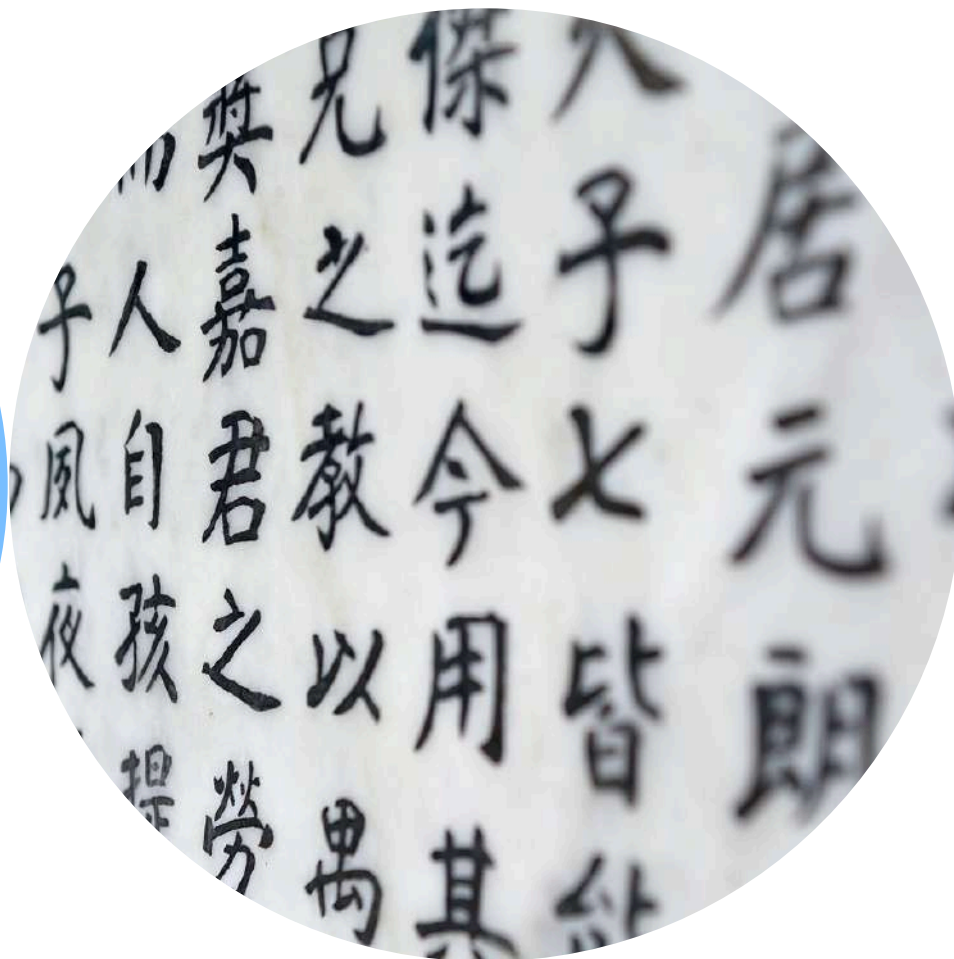
Non solo parole: il potere del "non detto"

Durata	90 minuti
Numero min e max di partecipanti	10 - 40
Lingue di insegnamento	Italiano, inglese
Supporto necessario	PC con videoproiettore; connessione ad internet, altoparlanti
Temi trattati	Marketing, comunicazione, creatività

Partendo dal modello della comunicazione di Shannon, della Scuola di Palo Alto, grazie a questo laboratorio gli studenti avranno l'opportunità di esplorare i livelli verbali, paraverbali e non verbali della comunicazione attraverso esempi, simulazioni e attività pratiche. Rifletteranno inoltre su quanto la comunicazione sia un processo attivo, di continuo scambio, e scopriranno quanto feedback e contesto siano elementi fondamentali nella comunicazione di tutti i giorni. Dopo questa introduzione più teorica, avranno modo di cimentarsi in un'attività ludico-pratica che li farà riflettere proprio sull'importanza della comunicazione non-verbale e para-verbale.

Obiettivi

- Imparare a riconoscere e utilizzare in modo consapevole il non-detto e i diversi livelli comunicativi;
- Riflettere sull'importanza del silenzio, e sulla potenza comunicativa che può avere in un'epoca storica caratterizzata dal rumore.



Tradurre l'intraducibile: giochi di parole e creatività nella traduzione dal cinese

Durata	90 - 120 minuti
Numero min e max di partecipanti	10 - 50
Lingue di insegnamento	Italiano, cinese
Supporto necessario	PC con videoproiettore; connessione ad internet, altoparlanti
Temi trattati	Traduzione, mediazione linguistica, cinese, transcreation

Un laboratorio pensato come introduzione pratica alle sfide della traduzione dal cinese all'italiano, con un'attenzione particolare agli aspetti più complessi e stimolanti: giochi di parole, ambiguità di significato e riferimenti culturali che spesso non trovano corrispettivi diretti nella nostra lingua.

Attraverso la lettura e l'analisi di brevi testi autentici – fumetti, racconti contemporanei, slogan pubblicitari e materiali della cultura pop – le studentesse e gli studenti potranno confrontarsi con i problemi reali che un traduttore deve affrontare nella pratica quotidiana. Ogni esercizio sarà un'occasione per mettere alla prova la propria sensibilità linguistica, sviluppare strategie di adattamento e riflettere su come rendere accessibili i contenuti in un contesto culturale diverso.

Obiettivo:

- Allenare creatività, flessibilità e consapevolezza interculturale, competenze fondamentali per chiunque desideri avvicinarsi al mondo della mediazione linguistica. In questo senso, il laboratorio vuole anche offrire uno sguardo concreto sul mondo della mediazione linguistica e culturale, presentandola come un possibile percorso di studio o una prospettiva professionale per il futuro.



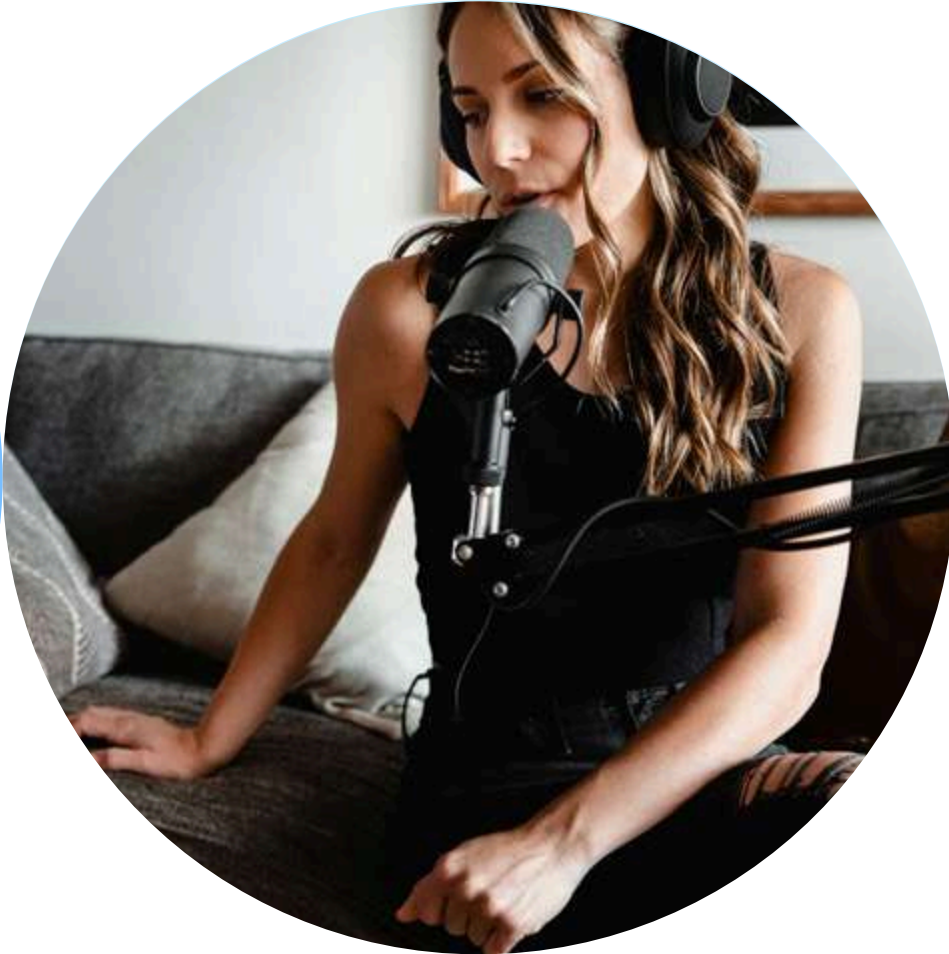
Lost in Translation: confronto e revisione di traduzioni dal cinese

Durata	90 - 120 minuti
Numero min e max di partecipanti	10 - 50
Lingue di insegnamento	Italiano, cinese
Supporto necessario	PC con videoproiettore; connessione ad internet, altoparlanti
Temi trattati	Traduzione, mediazione linguistica, cinese, transcreation

Le studentesse e gli studenti saranno invitate/i a mettersi nei panni di traduttrici e traduttori, revisore e revisori, confrontando diverse versioni italiane di brevi testi cinesi. L'attività permetterà di osservare da vicino come lo stesso testo di partenza possa generare più soluzioni, tutte plausibili ma con sfumature, stili e implicazioni diverse. Attraverso un percorso di analisi critica, confronto e lavoro di gruppo, emergerà come la traduzione non sia mai una semplice ricerca di equivalenze "meccaniche", bensì un insieme di decisioni consapevoli che implicano creatività, sensibilità linguistica e attenzione al contesto culturale. In questo modo, gli studenti potranno comprendere che ogni scelta traduttiva è anche un atto di interpretazione e mediazione, capace di modificare il messaggio finale e la sua efficacia comunicativa.

Obiettivo:

- Il laboratorio mira a sviluppare pensiero critico, stimolando studentesse e studenti ad analizzare testi, cogliere ambiguità e valutare diverse soluzioni traduttive. Allo stesso tempo offre un primo avvicinamento al mondo della traduzione e della linguistica, intesa non solo come tecnica ma come atto creativo e interculturale, e come possibile prospettiva di studio e professione.



Adattamento cinematografico e televisivo

Durata	60 - 120 minuti
Numero min e max di partecipanti	10 - 60
Lingue di insegnamento	Italiano, inglese
Supporto necessario	PC con videoproiettore; lavagna, altoparlanti
Temi trattati	Mediazione linguistica, cinema, sottotitolaggio, serie TV, adattamento cinematografico, doppiaggio

La localizzazione di un prodotto audiovisivo (doppiaggio e sottotitolaggio) è sempre un'operazione molto delicata: è solitamente necessario conservare il senso, lo stile e le sfumature linguistiche dell'originale. Dal 1927, anno di uscita del primo film sonoro, ad oggi vi sono stati esempi di citazioni, giochi di parole e situazioni che hanno presentato sfide importanti ai professionisti che hanno lavorato, per fare in modo che le persone che non parlano la lingua originale possano godersi appieno il prodotto audiovisivo.

Obiettivi

- Comprendere le sfide relative a un corretto adattamento linguistico di un testo;
- Valutare l'impatto, anche in prospettiva storica, delle diverse tecniche di localizzazione audiovisiva;
- Sviluppare la consapevolezza delle competenze necessarie alla professione della traduzione audiovisiva anche attraverso esercitazioni pratiche.



HeForShe Campaign, Emma Watson UN Speech

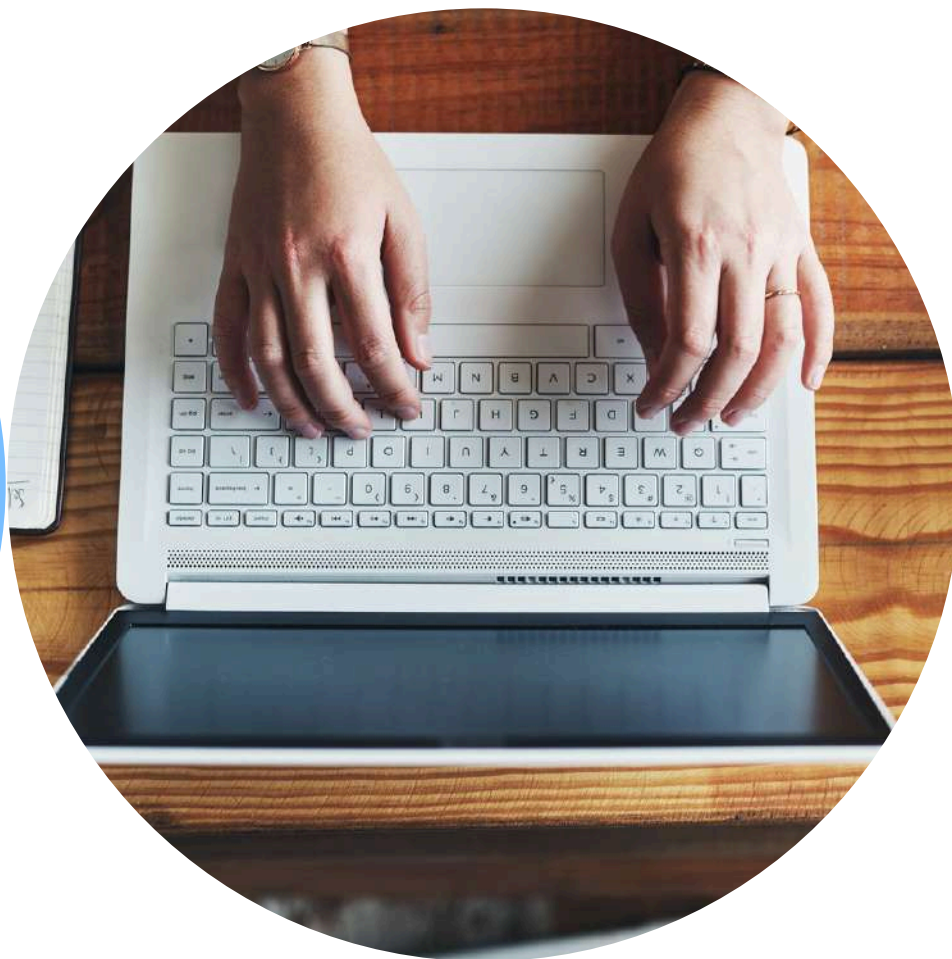
Durata	90 - 120 minuti
Numero min e max di partecipanti	10 - 50
Lingue di Insegnamento	Italiano, inglese
Supporto necessario	PC con videoproiettore; connessione ad internet
Temi trattati	Lingua inglese, Traduzione e Mediazione Linguistica, Relazioni internazionali, Educazione Civica

Questo laboratorio è incentrato sull'analisi di uno dei discorsi più appassionanti pronunciati all'ONU oltre 10 anni fa da Emma Watson. Il discorso affronta il tema dell'ineguaglianza di genere toccando argomenti complessi come il femminismo, la famiglia, il ruolo del genere all'interno della società e il rispetto come valore condiviso.

L'analisi si arricchisce anche di un'altra prospettiva: i social media possono davvero contribuire alla diffusione della consapevolezza sui grandi temi globali? Gli studenti si cimenteranno in un'attività di traduzione, interpretazione e composizione di un breve testo.

Obiettivi

- Sviluppo delle competenze linguistiche, educazione alla cittadinanza globale, sviluppo del pensiero critico soprattutto nei confronti dei social media;
- Favorire il lavoro di gruppo;
- Stimolare una consapevolezza personale nei confronti di temi e argomenti globali.



Scrivere per comunicare, introduzione al copywriting

Saper scrivere bene, scegliere le parole giuste, costruire frasi efficaci è, da sempre, uno strumento fondamentale per comunicare in modo chiaro e persuasivo. Il copywriter è colui che scrive con uno scopo preciso: spingere il lettore a compiere un'azione, acquistare, iscriversi, cliccare. Per poterlo fare è indispensabile considerare la segmentazione del pubblico, il profilo dell'utente e gli obiettivi della strategia di comunicazione. Il laboratorio si compone di una parte teorica, dove verranno illustrate brevemente alcune tecniche, e una parte pratica di vera composizione e scrittura.

Durata	90 - 180 minuti
Numero min e max di partecipanti	10 - 50
Lingue di Insegnamento	Italiano, inglese
Supporto necessario	PC con videoproiettore; connessione ad internet
Temi trattati	Marketing, Comunicazione, Copywriting, Scrittura Persuasiva, Turismo, Cultura anglofona

Obiettivi

- Conoscere il ruolo del copywriting;
- Saper analizzare il target e il contesto comunicativo;
- Sviluppare competenze di scrittura, applicare le principali tecniche del copywriting digitale;
- Sviluppare spirito critico e creativo nella comunicazione e sperimentare in prima persona la scrittura di testi per casi reali o simulati.



Diplomazia digitale: comunicare il mondo oggi

Durata	90 - 120 minuti
Numero min e max di partecipanti	10 - 40
Lingue di insegnamento	Italiano, inglese
Supporto necessario	PC con videoproiettore; connessione ad internet, altoparlanti
Temi trattati	Relazioni internazionali e diplomatiche, comunicazione, digitale

Il laboratorio di Digital Diplomacy è un percorso formativo ideato per esplorare la comunicazione e l'influenza nel mondo della diplomazia moderna.

Attraverso lo studio di casi reali, gli studenti impareranno a utilizzare i social media e le piattaforme digitali come strumenti per la negoziazione, la promozione di interessi nazionali e la gestione delle crisi.

Obiettivi

- Sviluppare una comprensione critica delle dinamiche online e acquisire le competenze necessarie per operare con efficacia nel contesto delle relazioni internazionali contemporanee;
- Far riflettere gli studenti su come gli strumenti digitali vengano utilizzati per proiettare l'immagine di un paese all'estero e nel complesso mondo delle relazioni internazionali.



The Cultural Iceberg

Durata	60 - 120 minuti
Numero min e max di partecipanti	10 - 50
Lingue di Insegnamento	Italiano, inglese
Supporto necessario	PC con videoproiettore; connessione ad internet
Temi trattati	Lingua inglese, mediazione linguistica, educazione civica, USA, UK, cultura anglofona

Imparare una lingua significa entrare in contatto con la cultura che la esprime e questo laboratorio intende approfondire tale connessione: un viaggio all'interno dei molteplici significati che le parole possono avere, grazie anche alle intenzioni e all'identità di chi le pronuncia.

Si metteranno in evidenza similitudini e differenze, pregiudizi e convinzioni, con particolare attenzione alla lingua inglese, la 'lingua globale'. Quali paesi anglofoni hanno esercitato e continuano ad esercitare maggiore influenza a livello internazionale? Questa e altre domande guideranno gli studenti durante il laboratorio.

Obiettivi

- Comprendere il legame tra lingua e cultura come elementi inseparabili e in continua evoluzione;
- Approfondire il concetto di lingua globale;
- Identificare i paesi anglofoni che hanno avuto e hanno tuttora maggiore impatto culturale e linguistico a livello mondiale;
- Sviluppare un atteggiamento critico nei confronti della lingua inglese come lingua globale;
- Riflettere sul concetto di cultura nazionale e sulle sue rappresentazioni, similitudini e differenze;
- Promuovere la consapevolezza della propria identità culturale in relazione a quella altrui;
- Favorire atteggiamenti di rispetto, dialogo e confronto interculturale.



Emozioni e archetipi, quando la pubblicità parla di noi

Durata	90 - 150 minuti
Numero min e max di partecipanti	10 - 50
Lingue di insegnamento	Italiano, inglese
Supporto necessario	PC con videoproiettore; connessione ad internet
Temi trattati	Marketing, Comunicazione, Intelligenza Emotiva, Turismo, Fashion, Inglese, Cultura anglofona

Dopo aver esaminato la teoria degli archetipi, analizzeremo alcune campagne pubblicitarie per mostrare come queste figure vengano integrate nello storytelling della comunicazione, facendo leva su emozioni, desideri e bisogni del pubblico.

Durante il laboratorio, verranno proposte due attività. Nella prima, i partecipanti sceglieranno i loro brand preferiti e individueranno gli archetipi; nella seconda, tramite alcune attività proposte, individueranno gli archetipi a cui sentono di appartenere e costruiranno una frase o un breve testo ad hoc su se stessi, da inserire in un curriculum vitae.

Obiettivi

- Comprendere il concetto di archetipo e la sua applicazione al marketing;
- Riconoscere l'uso degli archetipi nella comunicazione della campagna pubblicitaria;
- Rafforzare le competenze intorno alla intelligenza emotiva, riflettendo su come emozioni e percezioni influenzino la comunicazione generale e personale;
- Sviluppare competenze trasversali come la capacità di esprimere le proprie emozioni e sentimenti.



Understanding Human Trafficking: A Global Challenge

Durata	60 – 90 minuti
Numero min e max di partecipanti	10 – 40
Lingue di Insegnamento	Italiano, inglese
Supporto necessario	PC con videoproiettore; connessione ad internet, altoparlanti
Temi trattati	Relazioni internazionali, criminologia, diritti umani, educazione civica

Il laboratorio esplora il fenomeno della tratta di esseri umani, partendo dalla sua definizione fino alla comprensione della sua diffusione globale. Include un'analisi criminologica per distinguere tra smuggling e human trafficking e confronta crimine internazionale e transnazionale. Gli studenti proporranno idee per contrastare la tratta, confrontandole con le misure attuali. Verrà analizzato un caso reale di tratta, discusso in gruppi per valutare se rientra nella definizione di human trafficking e se le misure di prevenzione e azione sono state applicate. Il laboratorio si concluderà con un dibattito sulle conclusioni emerse.

Obiettivi

- Conoscere la definizione di Human Trafficking;
- Capire l'estensione e la complessità del fenomeno;
- Familiarizzare con la legislazione internazionale e le principali istituzioni;
- Sviluppare senso critico e capacità di lettura dell'attualità.



Transcreation, dove traduzione e marketing si incontrano

Durata	90 - 120 minuti
Numero min e max di partecipanti	10 - 50
Lingue di Insegnamento	Italiano, inglese
Supporto necessario	PC con videoproiettore; connessione ad internet
Temi trattati	Lingua Inglese, Traduzione e Mediazione Linguistica, Marketing, Turismo, Copywriting, Branding Identity

Il laboratorio intende valorizzare le competenze della mediazione linguistica, con particolare attenzione al ruolo del traduttore e del marketer nella comunicazione digitale. Si parlerà di Transcreation, letteralmente traduzione creativa, una pratica diffusa nel mondo del marketing per adattare slogan, claim pubblicitari e testi promozionali a contesti culturali diversi.

Dopo una breve introduzione teorica al concetto di traduzione, con un accenno all'opera di Umberto Eco, il laboratorio si completerà con un'attività pratica, individuale o di gruppo, per sperimentare in prima persona la tecnica della Transcreation.

Obiettivi

- Scoprire la connessione tra traduzione, marketing e creatività;
- Analizzare testi multilingue reali collegando la riflessione teorica alla pratica;
- Riconoscere l'importanza e la valenza del contesto culturale;
- Comprendere il ruolo del traduttore/mediatore nella comunicazione interculturale digitale.



Review Power, il potere delle recensioni nel marketing digitale

Durata	90 - 160 minuti
Numero min e max di partecipanti	10 - 50
Lingue di Insegnamento	Italiano, inglese
Supporto necessario	PC con videoproiettore; connessione ad internet
Temi trattati	Marketing, Comunicazione, Traduzione e Mediazione Linguistica, Turismo, Reputation Strategy

Hotel, ristoranti, strutture ricettive sono sottoposti costantemente al giudizio diretto degli utenti, il cui parere può influenzare in modo significativo il successo o l'insuccesso di un'attività. Questo laboratorio mira a far comprendere il valore strategico della risposta alle recensioni, considerandole come vere e proprie opportunità di marketing. Dopo aver approfondito una serie di casi studio reali, gli studenti si eserciteranno nella stesura di una o più risposte, tenendo in considerazione una serie di aspetti affini alla materia del copywriting, tecnica di scrittura persuasiva.

Obiettivi

- Comprendere il ruolo delle recensioni online;
- Sviluppare competenze di analisi critica;
- Sviluppare capacità di problem solving e gestione di situazioni critiche;
- Sviluppare competenze linguistiche e interculturali, applicare principi di copywriting.



Poetry Slam, Portmanteau & Hashtag

Durata	90 - 120 minuti
Numero min e max di partecipanti	10 - 50
Lingue di insegnamento	Italiano, inglese
Supporto necessario	PC con videoproiettore; connessione ad internet
Temi trattati	Lingua Inglese, Mediazione Linguistica, Marketing, Letteratura inglese

Questo laboratorio, incentrato sulla lingua e sulla cultura anglofona, intende esplorare il legame tra le Portmanteau Words e gli Hashtag. Il filo conduttore è l'inglese, una lingua flessibile, capace di modellarsi come una sorta di 'pongo' per creare nuove parole, esplorando nuovi suoni e nuovi significati. Parleremo di nonsense e metasemantica, fino ad arrivare ai più moderni hashtag e keyword, utilizzati da influencer e tiktokers. I partecipanti si cimenteranno nella composizione di brevi testi, confrontandosi in una vera e propria poetry slam challenge.

Obiettivi

- Sviluppare una consapevolezza linguistica;
- Collegare la letteratura con la cultura digitale;
- Favorire la creatività e la collaborazione tra pari;
- Coltivare competenze trasversali come il senso critico nei confronti di alcune affermazioni/convinzioni e rafforzare le proprie abilità di espressione in un contesto dinamico e partecipativo.



Airbnb Experience, l'evoluzione del turismo

Durata	90 - 150 minuti
Numero min e max di partecipanti	10 - 50
Lingue di Insegnamento	Italiano, inglese
Supporto necessario	PC con videoproiettore; connessione ad internet
Temi trattati	Marketing, Comunicazione, Turismo, Inglese, Cultura anglofona, Sostenibilità

Saper scrivere bene, scegliere le parole giuste, costruire frasi efficaci è, da sempre, uno strumento fondamentale per comunicare in modo chiaro e persuasivo. Il copywriter è colui che scrive con uno scopo preciso: spingere il lettore a compiere un'azione, acquistare, iscriversi, cliccare. Per poterlo fare è indispensabile considerare la segmentazione del pubblico, il profilo dell'utente e gli obiettivi della strategia di comunicazione. Il laboratorio si compone di una parte teorica, dove verranno illustrate brevemente alcune tecniche, e una parte pratica di vera composizione e scrittura.

Obiettivi

- Valutare le opportunità e le criticità del modello Airbnb e Airbnb Experience in relazione al turismo sostenibile e alla valorizzazione del territorio;
- Riflettere sui cambiamenti che le piattaforme digitali producono nei modelli di comunicazione, consumo e relazione con il pubblico;
- Stimolare il pensiero creativo nella costruzione di proposte innovative e coerenti;
- Sviluppare competenze trasversali come lavorare in gruppo a beneficio della presentazione di un progetto condiviso.



Tools For Growth

Durata	90 - 120 minuti (per singolo laboratorio)
Numero min e max di partecipanti	10 - 50
Lingue di Insegnamento	Italiano, inglese
Supporto necessario	PC con videoproiettore; connessione ad internet, altoparlanti
Temi trattati	Marketing, comunicazione, immagine, gestione e organizzazione del tempo

Il **trattico di laboratori Tools for Growth** è un programma intensivo che fornisce agli studenti strumenti pratici e trasversali, fondamentali per il loro percorso accademico e professionale.

- **Time Management:** Gli studenti impareranno a organizzare in modo strategico il proprio tempo, definendo priorità e superando la procrastinazione per massimizzare la produttività;
- **Project Management:** Il laboratorio introduce i principi fondamentali della gestione di progetti, dalla pianificazione alla valutazione dei risultati, permettendo di trasformare le idee in azioni concrete;
- **Debating:** Attraverso tecniche di dibattito e oratoria, gli studenti affinano le loro capacità di argomentazione, pensiero critico e comunicazione efficace.

Questo percorso integrato mira a potenziare le soft skill degli studenti, preparandoli ad affrontare con maggiore consapevolezza e autonomia le sfide del mondo accademico e lavorativo.

I laboratori sono selezionabili anche singolarmente.



Time Management – Tools For Growth

Durata	90 – 120 minuti
Numero min e max di partecipanti	10 – 50
Lingue di Insegnamento	Italiano, inglese
Supporto necessario	PC con videoproiettore; connessione ad internet, altoparlanti
Temi trattati	Gestione e organizzazione del tempo, priorità, pianificazione, efficienza personale.

Questo laboratorio fornisce agli studenti strumenti concreti per gestire in modo strategico il proprio tempo.

Attraverso tecniche e metodologie pratiche, si impara a definire le priorità, a superare la procrastinazione e a ottimizzare l'organizzazione personale e dello studio. L'obiettivo è trasformare il tempo da un ostacolo a un alleato per il raggiungimento dei propri obiettivi.

Obiettivi:

- Sviluppare un approccio metodico alla gestione del tempo;
- Acquisire tecniche per stabilire priorità e pianificare le attività;
- Migliorare la produttività e l'efficienza personale;
- Ridurre lo stress legato alle scadenze e ai carichi di lavoro.



Project Management – Tools For Growth

Il laboratorio introduce i principi fondamentali della gestione di progetti, un'abilità sempre più richiesta in ogni ambito lavorativo e di studio.

Gli studenti saranno guidati, passo dopo passo, nella trasformazione di un'idea in un piano d'azione concreto, imparando a definire obiettivi, a organizzare le risorse e a valutare i risultati finali.

Obiettivi:

- Comprendere le fasi principali del ciclo di vita di un progetto;
- Acquisire competenze di pianificazione e organizzazione;
- Sviluppare la capacità di definire obiettivi chiari e misurabili;
- Potenziare il problem-solving e il lavoro di squadra.

Durata	90 - 120 minuti
Numero min e max di partecipanti	10 - 50
Lingue di Insegnamento	Italiano, inglese
Supporto necessario	PC con videoproiettore; connessione ad internet, altoparlanti
Temi trattati	Progettazione, definizione di obiettivi, problem solving, pianificazione, ciclo di vita del progetto.



Debating – Tools For Growth

Questo laboratorio è dedicato all'arte dell'argomentazione e della persuasione. Attraverso le dinamiche del dibattito, gli studenti affinano la capacità di esporre le proprie idee in modo chiaro e strutturato, di ascoltare attivamente e di rispondere con efficacia, sviluppando un pensiero critico robusto e una comunicazione efficace.

Obiettivi:

- Sviluppare il pensiero critico e la capacità di analizzare argomentazioni complesse;
- Migliorare le competenze di comunicazione orale e l'esposizione in pubblico;
- Imparare a costruire un'argomentazione logica e persuasiva;
- Potenziare la capacità di ascolto e di interazione costruttiva in un contesto di dibattito.

Durata	90 - 120 minuti
Numero min e max di partecipanti	10 - 50
Lingue di Insegnamento	Italiano, inglese
Supporto necessario	PC con videoproiettore; connessione ad internet, altoparlanti
Temi trattati	Public speaking, comunicazione, ascolto attivo, argomentazione.



Geografia delle migrazioni

Durata	120 - 180 minuti
Numero min e max di partecipanti	10 - 40
Lingue di insegnamento	Italiano, inglese
Supporto necessario	PC con videoproiettore; lavagna
Temi trattati	Migrazioni, diritti umani, geografia, educazione civica

Il Laboratorio di Geografia delle Migrazioni rappresenta un'occasione formativa unica per gli studenti che desiderano approfondire la comprensione dei processi migratori. Attraverso una lezione interattiva, discussioni guidate e momenti di riflessione personale, i partecipanti avranno l'opportunità di analizzare le cause, gli impatti e le politiche legate alle migrazioni, sviluppando al contempo un approccio critico e consapevole. L'esperienza sarà arricchita dall'uso di dati aggiornati e da casi di studio concreti, offrendo strumenti utili per interpretare con maggiore profondità uno dei fenomeni più rilevanti del nostro tempo.

Obiettivi

- Esplorare le dinamiche dei fenomeni migratori, indagandone le cause storiche, sociali, economiche e politiche;
- Analizzare gli impatti delle migrazioni sulle società di origine e di arrivo, con particolare attenzione alle dimensioni culturali, economiche e demografiche;
- Sviluppare capacità critiche e interpretative, stimolando la discussione su temi attuali e complessi legati alle migrazioni;
- Promuovere una visione interdisciplinare, capace di collegare prospettive geografiche, sociali e politiche.



Unicollege Mock Conference

La Mock Conference è una **simulazione di conferenza internazionale** ideata da Unicollege, che permette agli studenti delle scuole superiori di vivere in prima persona le dinamiche del dibattito e della cooperazione internazionale.

Gli studenti possono partecipare come uditori, assistendo agli interventi, ma anche come protagonisti attivi, presentando un elaborato scritto.

L'iniziativa stimola competenze trasversali come **public speaking, pensiero critico, capacità di ricerca e lavoro di squadra**, offrendo un'esperienza che unisce teoria e pratica in un contesto formale e stimolante.

I ragazzi imparano a documentarsi, a strutturare le proprie argomentazioni e a esporle efficacemente, sviluppando **sicurezza e autonomia**.

La Mock Conference è anche un'occasione per mettersi alla prova in un contesto internazionale simulato, che valorizza la creatività e l'impegno degli studenti.

Il programma dell'edizione di quest'anno e i dettagli di partecipazione verranno condivisi dagli orientatori Unicollege con i docenti interessati, così da accompagnare le scuole nel percorso di adesione.

Luogo e data dell'evento

Torino - 09 marzo 2026
Firenze - 10 marzo 2026
Mantova - 13 marzo 2026

Durata

3-4 ore

Lingue di partecipazione

Italiano, inglese,
francese, spagnolo,
tedesco, russo, cinese,
arabo



Orientamento agli studi universitari e alle opportunità post-diploma

Durata	60 - 90 minuti
Numero min e max di partecipanti	10 - 60
Lingue di Insegnamento	Italiano
Supporto necessario	PC con videoproiettore; connessione ad internet
Temi trattati	Orientamento e formazione post-diploma

Il laboratorio è pensato per accompagnare gli studenti in una riflessione consapevole sulle proprie scelte future. Attraverso attività guidate e momenti interattivi, i partecipanti avranno modo di esplorare le diverse possibilità formative e professionali dopo la scuola superiore, inclusi percorsi alternativi e opportunità internazionali.

Il laboratorio offre inoltre strumenti concreti per familiarizzare con il linguaggio e le strutture del sistema universitario italiano, imparando a leggere e interpretare un piano di studi e comprendendo come funziona l'organizzazione accademica. L'esperienza mira a fornire conoscenze utili e competenze orientative per affrontare con maggiore sicurezza e consapevolezza il passaggio dal mondo della scuola a quello dell'università o del lavoro.

Obiettivi

- Conoscere le principali opzioni formative e professionali disponibili dopo il diploma;
- Esplorare percorsi alternativi e opportunità internazionali per ampliare le prospettive di scelta;
- Acquisire familiarità con il sistema universitario italiano ed europeo, i suoi termini e le sue strutture;
- Saper leggere e interpretare un piano di studi, comprendendone l'organizzazione e i requisiti;
- Sviluppare capacità di autovalutazione e orientamento.

Contatti

Unicollege Torino

+39 011 0880078

Ufficio Orientamento: orientamento.to@unicollegessml.it

Unicollege Firenze

+39 055 0937508

Ufficio Orientamento: orientamento.fi@unicollegessml.it

Unicollege Mantova

+39 0376 368481

Ufficio Orientamento: orientamento.mn@unicollegessml.it

unicollege