

GLI INDIRIZZI DI STUDIO: L'ISTITUTO TECNICO ECONOMICO (ITE)

Amministrazione, Finanza e Marketing è l'indirizzo generale che si articola in:

- Amministrazione, finanza e marketing (AFM)
- Relazioni internazionali per il marketing (RIM)
- Sistemi informativi aziendali (SIA)

Il percorso offerto dall'Istituto tecnico a indirizzo economico permette una formazione che riguarda competenze generali nel campo dei macrofenomeni economici nazionali ed internazionali, della normativa civilistica e fiscale, dei sistemi e processi aziendali (organizzazione, pianificazione, programmazione, amministrazione, finanza e controllo), degli strumenti di marketing, dei prodotti assicurativo-finanziari e dell'economia sociale. Integra le competenze dell'ambito professionale specifico con quelle linguistiche e informatiche per operare nel sistema informativo dell'azienda e contribuire sia all'innovazione sia al miglioramento organizzativo e tecnologico dell'impresa inserita nel contesto internazionale.

Attraverso il percorso generale (“**Amministrazione, finanza e marketing**”) è in grado di:

- rilevare le operazioni gestionali utilizzando metodi, strumenti, tecniche contabili ed extracontabili in linea con i principi nazionali ed internazionali;
- redigere e interpretare i documenti amministrativi e finanziari aziendali;
- gestire adempimenti di natura fiscale;
- collaborare alle trattative contrattuali riferite alle diverse aree funzionali dell'azienda;
- svolgere attività di marketing;
- collaborare all'organizzazione, alla gestione e al controllo dei processi aziendali;
- utilizzare tecnologie e software applicativi per la gestione integrata di amministrazione, finanza e marketing.

Nell'articolazione “**Relazioni internazionali per il marketing**”, il profilo si caratterizza per il riferimento sia all'ambito della comunicazione aziendale con l'utilizzo di tre lingue straniere e appropriati strumenti tecnologici, sia alla collaborazione nella gestione dei rapporti aziendali nazionali e internazionali riguardanti differenti realtà geo-politiche e vari contesti lavorativi.

Nell'articolazione “**Sistemi informativi aziendali**”, il profilo si caratterizza per il riferimento sia all'ambito della gestione del sistema informativo aziendale sia alla valutazione, alla scelta e all'adattamento di software applicativi. Tali attività sono tese a migliorare l'efficienza aziendale attraverso la realizzazione di nuove procedure, con particolare riguardo al sistema di archiviazione, all'organizzazione della comunicazione in rete e alla sicurezza informatica.

A conclusione del percorso quinquennale, il Diplomato nell'indirizzo Amministrazione, Finanza e Marketing consegue i risultati di apprendimento di seguito specificati in termini di competenze.

1. Riconoscere e interpretare:

- le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali anche per coglierne le ripercussioni in un dato contesto;

– i macrofenomeni economici nazionali e internazionali per connetterli alla specificità di un'azienda;

– i cambiamenti dei sistemi economici nella dimensione diacronica attraverso il confronto fra epoche storiche e nella dimensione sincronica attraverso il confronto fra aree geografiche e culture diverse.

2. Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica e fiscale con particolare riferimento alle attività aziendali.

3. Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi e flussi informativi con riferimento alle differenti tipologie di imprese.

4. Riconoscere i diversi modelli organizzativi aziendali, documentare le procedure e ricercare soluzioni efficaci rispetto a situazioni date.

5. Individuare le caratteristiche del mercato del lavoro e collaborare alla gestione delle risorse umane.

6. Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali con l'ausilio di programmi di contabilità integrata.

7. Applicare i principi e gli strumenti della programmazione e del controllo di gestione, analizzandone i risultati.

8. Inquadrare l'attività di marketing nel ciclo di vita dell'azienda e realizzare applicazioni con riferimento a specifici contesti e diverse politiche di mercato.

9. Orientarsi nel mercato dei prodotti assicurativo-finanziari, anche per collaborare nella ricerca di soluzioni economicamente vantaggiose.

10. Utilizzare i sistemi informativi aziendali e gli strumenti di comunicazione integrata d'impresa, per realizzare attività comunicative con riferimento a differenti contesti.

11. Analizzare e produrre i documenti relativi alla rendicontazione sociale e ambientale, alla luce dei criteri sulla responsabilità sociale d'impresa.

Nelle articolazioni: "Relazioni internazionali per il marketing" e "Sistemi informativi aziendali", le competenze di cui sopra sono differenzialmente sviluppate e opportunamente integrate in coerenza con la peculiarità del profilo di riferimento.

Piano orario

Gli insegnamenti del **primo biennio** sono comuni a tutti agli indirizzi del settore economico:

DISCIPLINE	PRIMO BIENNIO	
	CLASSE PRIMA ore settimanali	CLASSE SECONDA ore settimanali
Lingua e letteratura italiana	4	4
Storia	2	2
Lingua inglese	3	3
Seconda lingua comunitaria	3	3
Matematica	4	4
Informatica	2	2
Geografia	3	3
Scienze integrate (Scienze della Terra e Biologia)	2	2
Scienze integrate (Fisica)	2	/
Scienze integrate (Chimica)	/	2
Diritto ed economia	2	2
Economia aziendale	2	2
Scienze motorie e sportive	2	2
Religione cattolica o attività alternative	1	1
TOTALE ORE SETTIMANALI	32	32

Gli insegnamenti del **secondo biennio** e **quinto anno** del settore economico si differenziano in funzione degli indirizzi.

Nelle classi quinte è previsto l'insegnamento in lingua inglese di almeno un modulo di una disciplina di indirizzo (Clil).

AMMINISTRAZIONE, FINANZA E MARKETING

DISCIPLINE	SECONDO BIENNIO		QUINTO ANNO
	Secondo biennio e quinto anno costituiscono un percorso formativo unitario		
	CLASSE TERZA ore settimanali	CLASSE QUARTA ore settimanali	CLASSE QUINTA ore settimanali
Lingua e letteratura italiana	4	4	4
Storia	2	2	2
Lingua inglese	3	3	3
Seconda lingua comunitaria	3	3	3
Matematica	3	3	3
Informatica	2	2	
Economia aziendale	6	7	8
Diritto	3	3	3
Economia politica	3	2	3
Scienze motorie e sportive	2	2	2
Religione cattolica o attività alternative	1	1	1
TOTALE ORE SETTIMANALI	32	32	32

RELAZIONI INTERNAZIONALI PER IL MARKETING

DISCIPLINE	SECONDO BIENNIO		QUINTO ANNO
	Secondo biennio e quinto anno costituiscono un percorso formativo unitario		
	CLASSE TERZA ore settimanali	CLASSE QUARTA ore settimanali	CLASSE QUINTA ore settimanali
Lingua e letteratura italiana	4	4	4
Storia	2	2	2
Lingua inglese	3	3	3
Seconda lingua comunitaria	3	3	3
Terza lingua straniera	3	3	3
Matematica	3	3	3
Economia aziendale e geo-politica	5	5	6
Diritto	2	2	2
Relazioni internazionali	2	2	3
Tecnologie della comunicazione	2	2	
Scienze motorie e sportive	2	2	2
Religione cattolica o attività alternative	1	1	1
TOTALE ORE SETTIMANALI	32	32	32

SISTEMI INFORMATIVI AZIENDALI

L'attività didattica di laboratorio prevede la compresenza degli insegnanti tecnico-pratici per gli insegnamenti dell'area di indirizzo.

DISCIPLINE	SECONDO BIENNIO		QUINTO ANNO
	Secondo biennio e quinto anno costituiscono un percorso formativo unitario		
	CLASSE TERZA ore settimanali	CLASSE QUARTA ore settimanali	CLASSE QUINTA ore settimanali
Lingua e letteratura italiana	4	4	4
Storia	2	2	2
Lingua inglese	3	3	3
Seconda lingua comunitaria	3		
Matematica	3	3	3
Informatica*	4	5	5
Economia aziendale	4	7	7
Diritto	3	3	2
Economia politica	3	2	3
Scienze motorie e sportive	2	2	2
Religione cattolica o attività alternative	1	1	1
TOTALE ORE SETTIMANALI	32	32	32
* L'attività didattica di laboratorio prevede la compresenza degli insegnanti tecnico-pratici per gli insegnamenti dell'area di indirizzo (297 ore nell'ambito del triennio).			