

ATTIVITÀ E INSEGNAMENTI GENERALI COMUNI AGLI INDIRIZZI DEL SETTORE ECONOMICO

| DISCIPLINE | ore | | | | |
|---|----------------|----------------|--|----------------|-------------|
| | 1° biennio | | 2° biennio | | 5° anno |
| | | | secondo biennio e quinto anno costituiscono un percorso formativo unitario | | |
| 1 [^] | 2 [^] | 3 [^] | 4 [^] | 5 [^] | |
| Lingua e letteratura italiana | 132 | 132 | 132 | 132 | 132 |
| Lingua inglese | 99 | 99 | 99 | 99 | 99 |
| Storia | 66 | 66 | 66 | 66 | 66 |
| Matematica | 132 | 132 | 99 | 99 | 99 |
| Diritto ed economia | 66 | 66 | | | |
| Scienze integrate (Scienze della Terra e Biologia) | 66 | 66 | | | |
| Scienze motorie e sportive | 66 | 66 | 66 | 66 | 66 |
| Religione cattolica o attività alternative | 33 | 33 | 33 | 33 | 33 |
| Totale ore annue di attività e insegnamenti generali | 660 | 660 | 495 | 495 | 495 |
| Totale ore annue di attività e insegnamenti di indirizzo | 396 | 396 | 561 | 561 | 561 |
| Totale complessivo ore annue | 1056 | 1056 | 1056 | 1056 | 1056 |

Gli istituti tecnici del settore economico possono prevedere, nel piano dell'offerta formativa, attività e insegnamenti facoltativi di ulteriori lingue straniere nei limiti del contingente di organico loro assegnato ovvero con l'utilizzo di risorse comunque disponibili per il potenziamento dell'offerta formativa.

B1 - indirizzo “Amministrazione, Finanza e Marketing”

Profilo

Il Diplomato in “**Amministrazione, Finanza e Marketing**” ha 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, 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 descritti nel punto 2.2 dell'Allegato A, 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 pubblicitaria, 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 differenziate e opportunamente integrate in coerenza con la peculiarità del profilo di riferimento.

Quadro orario

| “AMMINISTRAZIONE, FINANZA E MARKETING” : ATTIVITÀ E INSEGNAMENTI OBBLIGATORI | | | | | |
|---|-----------------------------------|----------------|--|----------------|----------------|
| DISCIPLINE | ore | | | | |
| | 1° biennio | | 2° biennio | | 5° anno |
| | Comune alle diverse articolazioni | | secondo biennio e quinto anno costituiscono un percorso formativo unitario | | |
| | 1 [^] | 2 [^] | 3 [^] | 4 [^] | 5 [^] |
| Scienze integrate (Fisica) | 66 | | | | |
| Scienze integrate (Chimica) | | 66 | | | |
| Geografia | 99 | 99 | | | |
| Informatica | 66 | 66 | | | |
| Seconda lingua comunitaria | 99 | 99 | | | |
| Economia aziendale | 66 | 66 | | | |
| Totale ore annue di indirizzo | 396 | 396 | | | |
| “AMMINISTRAZIONE, FINANZA E MARKETING” | | | | | |
| Informatica | | | 66 | 66 | |
| Seconda lingua comunitaria | | | 99 | 99 | 99 |
| Economia aziendale | | | 198 | 231 | 264 |
| Diritto | | | 99 | 99 | 99 |
| Economia politica | | | 99 | 66 | 99 |
| Totale ore annue di indirizzo | | | 561 | 561 | 561 |
| Totale complessivo ore annue | 1056 | 1056 | 1056 | 1056 | 1056 |
| ARTICOLAZIONE “RELAZIONI INTERNAZIONALI PER IL MARKETING” | | | | | |
| Seconda lingua comunitaria | | | 99 | 99 | 99 |
| Terza lingua straniera | | | 99 | 99 | 99 |
| Economia aziendale e geo-politica | | | 165 | 165 | 198 |
| Diritto | | | 66 | 66 | 66 |
| Relazioni internazionali | | | 66 | 66 | 99 |
| Tecnologie della comunicazione | | | 66 | 66 | |
| Totale ore annue di indirizzo | | | 561 | 561 | 561 |
| ARTICOLAZIONE “SISTEMI INFORMATIVI AZIENDALI” | | | | | |
| Seconda lingua comunitaria | | | 99 | | |
| Informatica | | | 132 | 165 | 165 |
| Economia aziendale | | | 132 | 231 | 231 |
| Diritto | | | 99 | 99 | 66 |
| Economia politica | | | 99 | 66 | 99 |
| Totale ore annue di indirizzo | | | 561 | 561 | 561 |
| <i>di cui, in compresenza con l'insegnante tecnico pratico,</i> | | | | 297* | |

* L'attività didattica di laboratorio caratterizza gli insegnamenti dell'area di indirizzo dei percorsi degli istituti tecnici; le ore indicate con asterisco sono riferite alle attività di laboratorio che prevedono la compresenza degli insegnanti tecnico-pratici.

Testo approvato in seconda (ed ultima) lettura dal Consiglio dei Ministri nella seduta del 4 febbraio 2010.