

Istituti Tecnici - Settore economico

Indirizzo Amministrazione, finanza e marketing

Premessa generale

L'indirizzo "Amministrazione, Finanza e Marketing", con le sue due articolazioni, si riferisce ad ambiti e processi essenziali per la competitività del sistema economico e produttivo del Paese, come quelli amministrativi, finanziari, del marketing e dei sistemi informativi aziendali di cui vengono approfonditi tecnologie e metodologie.

I risultati di apprendimento sono definiti a partire dalle funzioni aziendali e dai processi produttivi e tengono conto dell'evoluzione che caratterizza l'intero settore sia sul piano delle metodologie di erogazione dei servizi sia sul piano delle tecnologie di gestione, sempre più trasversali alle diverse tipologie di imprese. Tali risultati tengono conto del significativo spostamento di attenzione verificatosi nel campo delle scienze aziendali verso l'organizzazione e il sistema informativo, la gestione delle relazioni interpersonali e degli aspetti comunicativi, i processi di internazionalizzazione.

L'indirizzo si caratterizza per un'offerta formativa che ha come sfondo il mercato e affronta lo studio dei macrofenomeni economico-aziendali nazionali e internazionali, la normativa civilistica e fiscale, il sistema azienda nella sua complessità e nella sua struttura, con un'ottica mirata all'utilizzo delle tecnologie e alle forme di comunicazione più appropriate, anche in lingua straniera.

Le discipline giuridiche, economiche, aziendali e informatiche riflettono questo cambiamento e si connotano per l'approccio di tipo sistemico e integrato dei loro contenuti che vanno quindi sempre letti nel loro insieme. Un simile approccio persegue anche l'obiettivo di rendere gli apprendimenti più efficaci e duraturi perché basati su una didattica che parte dalla osservazione del reale, essenziale per affrontare professionalmente le problematiche delle discipline in prospettiva dinamica. Perché tutto ciò si possa concretamente realizzare è auspicabile che ciascun docente contestualizzi la disciplina declinando gli obiettivi di apprendimento da un piano di pura astrazione a un piano di azione fondato sulla costruzione di casi, problemi, attività tipiche delle diverse situazioni di studio e di lavoro. La realizzazione di unità di apprendimento basate su compiti reali o simulati e in grado di mobilitare nuclei di abilità e conoscenze può rappresentare un'efficace soluzione metodologica da sviluppare sia nel corso del primo biennio sia lungo il secondo biennio e il quinto anno. Sarà cura del consiglio di classe individuare, in base alle caratteristiche, ai livelli di padronanza e ai bisogni degli studenti, unità di apprendimento disciplinari e multidisciplinari quali nuclei portanti del processo di acquisizione delle competenze.

Le discipline di indirizzo, presenti nel percorso fin dal primo biennio sia con funzione orientativa sia per concorrere a far acquisire i risultati di apprendimento dell'obbligo di istruzione, si svolgono nel triennio con organici approfondimenti specialistici e tecnologici. Tale modalità, in linea con le indicazioni dell'Unione europea, consente anche di sviluppare educazione all'imprenditorialità e di sostenere i giovani nelle loro scelte di studio e professionali. Le competenze imprenditoriali, infatti, sono considerate motore di innovazione, competitività, crescita e la loro acquisizione consente di far acquisire una visione orientata al cambiamento, all'iniziativa, alla creatività, alla mobilità geografica e professionale, nonché all'assunzione di comportamenti socialmente responsabili che mettono gli studenti in grado di organizzare il proprio futuro tenendo conto dei processi in atto.

A queste finalità concorre la particolare impostazione data nel quinto anno all'attività didattica che è tesa, in coerenza con quanto indicato nella L. 53/2003, ad approfondire e arricchire col metodo dei casi e dell'area di progetto i contenuti affrontati nel precedente biennio. Lo svolgimento di differenti casi aziendali riferiti a diversi contesti produttivi e al tessuto economico locale, infatti, consente non solo di favorire l'autonomia scolastica e il radicamento sul territorio, ma anche di stimolare negli studenti autonomia elaborativa, capacità di ricerca, abitudine a produrre in gruppo, uso di strumenti efficaci nel rappresentare e comunicare i risultati del proprio lavoro.

Inoltre, a partire dal secondo biennio si ritiene utile promuovere l'interazione reale con il mondo del lavoro, che può essere introdotta da esperienze esplorative come le visite aziendali e gli incontri con testimoni privilegiati, ma che deve tradursi nel corso del triennio in vere e proprie esperienze di alternanza scuola lavoro basate sulla coprogettazione dei percorsi formativi tra scuola e impresa, che consenta di identificare quali competenze o parti di competenze possono essere acquisite direttamente in azienda.

Un'altra opportunità per apprendere secondo una metodologia operativa e di interscambio con il mondo del lavoro è rappresentata dall'esperienza della rete delle imprese formative simulate, che permette di riprodurre un contesto aziendale del tutto simile a quello reale in cui gli allievi siano effettivi protagonisti del processo di apprendimento. Si tratta di esperienze ormai molto consolidate, che utilizzano uno specifico network per riprodurre il funzionamento reale di un'impresa permettendo a ciascuno studente di ruotare nelle diverse funzioni aziendali. Il modello dell'impresa formativa simulata può essere sviluppato sull'intero triennio o sul secondo biennio.

L'indirizzo e le due articolazioni, di cui si riportano in sintesi le descrizioni, fanno riferimento a comparti in costante crescita sul piano occupazionale perché orientati verso forti innovazioni sul piano organizzativo e del marketing, soprattutto con riferimento alle potenzialità delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT).

L'indirizzo "Amministrazione, finanza e marketing" persegue lo sviluppo di competenze relative alla gestione aziendale nel suo insieme e all'interpretazione dei risultati economici, con specifico riferimento alle funzioni in cui si articola il sistema azienda (amministrazione, pianificazione, controllo, finanza, marketing, sistema informativo, gestioni speciali).

L'articolazione "Relazioni internazionali per il Marketing" approfondisce gli aspetti relativi alla gestione delle relazioni commerciali internazionali riguardanti differenti realtà geo-politiche o settoriali e assicura le competenze necessarie a livello culturale, linguistico, tecnico.

L'articolazione "Sistemi informativi aziendali" approfondisce competenze relative alla gestione informatica delle informazioni, alla valutazione, alla scelta e all'adattamento di software applicativi, alla realizzazione di nuove procedure, con particolare riguardo al sistema di archiviazione, della comunicazione in rete e della sicurezza informatica.

Istituto Tecnico economico - Indirizzo Amministrazione, finanza e marketing

Premessa generale

I.T. indirizzo AMMINISTRAZIONE, FINANZA E MARKETING					
	1°biennio		2°biennio		5° anno
	1^	2^	3^	4^	5^
Discipline comuni ai percorsi del secondo ciclo di istruzione nel primo biennio					
Lingua e letteratura italiana	119	119	119	119	119
Storia	89	89	60	60	60
Lingua tedesca	89	89			
Lingua inglese	89	89	89	89	89
Matematica	119	119	89	89	89
Scienze integrate (Scienze della Terra e Biologia)	60	60			
Scienze motorie e sportive	60	60	60	60	60
Religione cattolica o attività alternative	30	30	30	30	30
Area di autonomia per il potenziamento delle discipline comuni	60	60			
Articolazione BASE					
Scienze integrate (Fisica)	60				
Scienze integrate (Chimica)		60			
Geografia	89	89			
Informatica	60	60	60	60	
Lingua tedesca			89	89	89
Economia Aziendale	60	60	179	208	238
Diritto ed Economia	60	60			
Diritto			89	89	89
Economia Politica			89	60	89
Area di autonomia per il potenziamento delle discipline curricolari e per la caratterizzazione dei piani di studio dell'istituzione scolastica			89	89	89
Totale annuale discipline comuni e articolazione	1041	1041	1041	1041	1041
Articolazione RELAZIONI INTERNAZIONALI PER IL MARKETING					
Scienze integrate (Fisica)	60				
Scienze integrate (Chimica)		60			
Geografia	89	89			
Informatica	60	60			
Lingua tedesca			89	89	89
Economia Aziendale	60	60			
Economia aziendale e geopolitica			149	149	179
Diritto ed Economia	60	60			
Diritto			60	60	60
Relazioni internazionali			60	60	89
Tecnologie della comunicazione			60	60	
Terza lingua straniera			89	89	89
Area di autonomia per il potenziamento delle discipline curricolari e per la caratterizzazione dei piani di studio dell'istituzione scolastica			89	89	89
Totale annuale discipline comuni e articolazione	1041	1041	1041	1041	1041
Articolazione SISTEMI INFORMATIVI AZIENDALI					
Scienze integrate (Fisica)	60				
Scienze integrate (Chimica)		60			
Geografia	89	89			
Informatica*	60	60	119	149	149
Lingua tedesca			89		
Economia Aziendale	60	60	119	208	208
Diritto ed Economia	60	60			
Diritto			89	89	60
Economia politica			89	60	89
Area di autonomia per il potenziamento delle discipline curricolari e per la caratterizzazione dei piani di studio dell'istituzione scolastica			89	89	89
Totale annuale discipline comuni e articolazione	1041	1041	1041	1041	1041
* Triennio: n. 9 unità di lezione in compresenza con l'insegnante tecnico pratico					