

I PIANI DI STUDIO

Il nostro Istituto fa parte del Settore Economico degli istituti tecnici di istruzione secondaria superiore con indirizzo amministrazione, finanza e marketing.

Gli indirizzi del settore economico fanno riferimento a comparti in costante crescita sul piano occupazionale e interessati a forti innovazioni sul piano tecnologico e organizzativo, soprattutto in riferimento alle potenzialità delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione.

Il curriculum è di cinque anni suddivisi in 1° biennio, 2° biennio e 5° anno.

Il secondo biennio e il quinto anno costituiscono un percorso formativo unitario.

Il biennio comune di studi intende favorire il pieno sviluppo della persona nella costruzione del sé, di corrette e significative relazioni con gli altri e di una positiva interazione con la realtà naturale e sociale, così come previsto dal D.M. 22 agosto 2007.

Tramite lo studio delle discipline previste, gli allievi possono assolvere l'obbligo di istruzione portato a dieci anni dalla legge 26 dicembre 2006, sviluppando saperi e competenze riferite agli assi culturali dei linguaggi, matematico, scientifico-tecnologico, e storico sociale, iniziando nel contempo ad affrontare anche quello giuridico-economico, essenziale per una prosecuzione degli studi nel successivo triennio.

Il quadro orario del corso Amministrazione, finanza e marketing per le classi prime e seconde è il seguente:

BIENNIO COMUNE AMMINISTRAZIONE FINANZA E MARKETING	Classe Prima	Classe Seconda
Religione cattolica/attività alternativa all'IRC	1	1
Lingua e letteratura italiana	4	4
Storia	2	2
Lingua inglese	3	3
Seconda lingua comunitaria	3	3
Matematica	4	4
Diritto ed economia	2	2
Scienze integrate (Scienze della terra/Biologia)	2	2
Scienze integrate (Fisica)	2	
Scienze integrate (Chimica)		2
Geografia	3	3
Informatica	2	2
Economia aziendale	2	2
Scienze motorie e sportive	2	2
TOTALE ORE	32	32

Dal terzo anno scolastico gli allievi, dopo aver frequentato il biennio comune, potranno scegliere di proseguire con:

1. l'articolazione Amministrazione finanza e marketing;
2. l'articolazione Sistemi informativi aziendali;
3. l'articolazione Relazioni internazionali per il marketing;

L'articolazione "Amministrazione, finanza e marketing" persegue lo sviluppo di competenze relative alla gestione aziendale nel suo insieme e all'interpretazione dei risultati economici, con le specificità relative alle funzioni in cui si articola il sistema azienda. Esso presenta due articolazioni specifiche;

Il quadro orario del corso *Amministrazione, finanza e marketing* per le classi terze, quarte e quinte è il seguente:

AMMINISTRAZIONE FINANZA E MARKETING	Classe Terza	Classe Quarta	Classe Quinta
Religione cattolica/attività alternativa all'IRC	1	1	1
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	
Diritto	3	3	3
Economia politica	3	2	3
Economia aziendale	6	7	8
Scienze motorie e sportive	2	2	2
TOTALE ORE	32	32	32

Titolo di studio conseguito:

Perito in Amministrazione, Finanza e Marketing

Profilo professionale

Il perito in amministrazione, finanza e marketing ha competenze specifiche nel campo dei macro fenomeni economici nazionali e internazionali, della normativa civilistica e fiscale, dei sistemi aziendali (organizzazione, pianificazione, programmazione, amministrazione, finanza e controllo) degli strumenti di marketing, dei prodotti assicurativo-finanziari e dell'economia sociale.

L'articolazione "Sistemi informativi aziendali" mira a sviluppare competenze relative alla gestione del sistema informativo aziendale, 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;

Il quadro orario del corso *Sistemi informativi aziendali* per le classi terze, quarte e quinte è il seguente:

SISTEMI INFORMATIVI AZIENDALI	Classe Terza	Classe Quarta	Classe Quinta
Religione cattolica/attività alternativa all'IRC	1	1	1
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
Diritto	3	3	2
Economia politica	3	2	3
Economia aziendale	4	7	7
Scienze motorie e sportive	2	2	2
TOTALE ORE	32	32	32

Titolo di studio conseguito:

Perito in Sistemi Informativi Aziendali

Profilo professionale

Il Perito in Sistemi informativi aziendali ha competenze generali nel campo dei macro fenomeni economici nazionali e internazionali, della normativa civilistica e fiscale e competenze specifiche relative alla gestione del sistema informativo aziendale, alla valutazione, alla scelta e all'adattamento di software applicativi, alla realizzazione di nuove procedure, con particolare riferimento al sistema di archiviazione, all'organizzazione di archiviazione in rete e della sicurezza informatica.

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

Il quadro orario del corso *Relazioni internazionali per il marketing* per le classi terze, quarte e quinte è il seguente:

RELAZIONI INTERNAZIONALI PER IL MARKETING	Classe Terza	Classe Quarta	Classe Quinta
Religione cattolica/attività alternativa all'IRC	1	1	1
Lingua e letteratura italiana	4	4	4
Storia	2	2	2
Lingua inglese	3	3	3
Seconda lingua comunitaria	3	3	3
Terza lingua comunitaria	3	3	3
Matematica	3	3	3
Diritto	2	2	2
Relazioni internazionali	2	2	3
Economia aziendale e geopolitica	5	5	6
Tecnologie della comunicazione	2	2	
Scienze motorie e sportive	2	2	2
TOTALE ORE	32	32	32

Titolo di studio conseguito:

Perito in Relazioni internazionali per il Marketing

Profilo professionale

Il Perito in Relazioni internazionali per il Marketing ha competenze specifiche nel campo della comunicazione aziendale con l'utilizzo di tre lingue straniere e strumenti tecnologici appropriati; collabora nella gestione dei rapporti aziendali nazionali e internazionali riguardanti differenti realtà geo-politiche e vari contesti lavorativi.