

I NUOVI ISTITUTI TECNICI

CONOSCERE ATTRAVERSO L'AGIRE

SETTORE ECONOMICO

USR TOSCANA
Montecatini 29.3.12

- 1. Il CONTESTO**
- 2. La RISPOSTA**
 - **i principi**
 - **la struttura**
 - **gli strumenti**
- 3. COME LEGGERE**
 - **i regolamenti**
 - **i profili**
 - **le schede disciplinari**
- 4. La STRUTTURA DEL SETTORE ECONOMICO**
- 5. Per RIFLETTERE: qualche ASPETTO CRITICO**
 - **il NODO/SNODO** **compet./abilità/conoscenze**
 -

Isp. Marta Genovié de Vita

1. Il CONTESTO (Scenari)

>>>>> CONFERME

- **VELOCITÀ DEI CAMBIAMENTI**
(esplosione delle conoscenze)
- **CENTRALITÀ DELLE ICT**
(società digitalizzata)
- **COMPLESSITÀ E INCERTEZZA DEI SISTEMI**
(economici, sociali, educativi)

**Il sistema formativo
risponde?**

Due dati su cui riflettere

- **80% informaz. possedute
dai giovani proviene da
extra-scuola**
- **nati digitali: verso muta-
zione antropologica?**

2. LA RISPOSTA

2.1- I principi

Le riflessioni di

§ Edgard Morin

- > *La formazione nella società della conoscenza
(dall'azione al pensiero)*
- > *Il superamento della separazione fra i saperi
(neo-umanesimo/aggregazione aree del sapere)*

§ Alberto De Toni

- > *Insegnare con le discipline
(didattica laboratoriale, uso integrato tecnologie)*
- > *Gli organizzatori concettuali
(ripensare i contenuti delle discipline **versus** aree
del sapere)*

2.2- La struttura

> Riduzione indirizzi

IT Econ. 2 (+2 articolazioni)

> Quadri disciplinari

- Ampliam. Lingue straniere
Lingua e lett. ital.
Informatica

> Impianti curriculari

- Compattezza (Biennio comune, N° contenuto discipline)**
- Profili standardizzati**
- Competenze (Regolamento)**
- Abilità/Conoscenze (Linee guida)**
- Area Generale/Area indirizzo**
- I° Biennio (obbligo)/II° Biennio/V° a.**

2.3 - Gli strumenti



Normativi

- **DPR N° 275 8/3/99 >> autonomia scolastica**
- **Legge N° 53/03 (Moratti) >> in parte modificata**
- **Legge N° 40/07 (Fioroni) >> Scorporo Licei
Economici e Tecnologici**
- **Regolamento 15.3.10 (Gelmini) >> Risultati di
apprendimento e Struttura IT**
- **Linee guida I biennio 15.7.10 >> Organizzazione,
didattica, metodologia-Schede conoscenze/abilità**
- **Linee guida II biennio-V anno 16.1.12 >>
Organizzazione, didattica, metodologia-Schede
conoscenze/abilità**



Metodologici

- **Attività laboratoriale**
- **Uso integrato tecnologie**
- **Didattica per progetti**



Processuali

- **Formazione docenti**
- **Valutazione/Autovalutazione di Istituto**
- **Organizzazione (Dipartimenti)**

3. COME LEGGERE

3.1 - I regolamenti

Regolamento I.T. (N°88/15.3.10)

- **Disposto regolamentare**
- **Allegato A**
 - Profilo educativo, culturale e professionale**
 - > Risultati di apprendimento comuni
 - > Risultati di apprendimento del settore economico
 - > Risultati di apprendimento del settore tecnologico
 - > Strumenti organizzativi e metodologici
- **Allegato B - Settore economico- Due indirizzi**
 - **Quadro orario**
 - > Insegnamenti generali comuni
 - > Insegnamenti obbligatori d'indirizzo
 - **Profilo in uscita (Risultati di apprendimento e competenze)**

B1- Ind. AMMININ.-FINANZA-MARKETING

Articolazione: Relazioni internaz. per il marketing

Articolazione: Sistemi informativi aziendali

B2 – Ind. TURISMO

- **Allegato C - Settore Tecnologico – Nove indirizzi**
- **Allegato D – Tabella di confluenza**

3.1 - I profili

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.

>> CONTESTO di RIFERIMENTO

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.

>> MACRO-ATTIVITA'

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.

>> INTEGRAZ. PROFILI ARTICOLAZIONI

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 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.

>> RISULTATI di APPRENDIMENTO in termini di COMPETENZE

3.1 – Le schede disciplinari

>> I° parte (bianca)

**Risultati di apprendimento più pertinenti
rispetto a profilo e disciplina**
(Regol. N° 88/10 – All. A)

>> II° parte (grigia)

**Competenze più pertinenti
rispetto a profilo e disciplina**
(Regol. N° 88/10 – All. B)

>> III° parte (grigia in corsivo)

**Richiamo a specifici aspetti
metodologici (ove necessari)**

>> IV° parte (tabellare)

Declinazione conoscenze/abilità
(Orientamento alla progettazione didattica
per la programmazione collegiale C. di Cl.)

4. La STRUTTURA del SETT. ECONOMICO

Contesto

MERCATO
in cui si collocano le



AZIENDE
di cui si esamina la



GESTIONE



a carattere generale

turistica

Indirizzo
Amm. - Fin. - Mark

Indirizzo
TURISMO
Attività strategica
per l'Italia



ARTICOLAZIONI

>> **S.I.A.**

>> **R.I.M.**

(back office)

(front office)

AUTOMAZIONE
SERVIZI INFORM.

MARKETING
ASSETTO INTERNAZ.

5. Per RIFLETTERE: qualche ASPETTO CRITICO

→ **il NODO/SNODO**

Competenze/Abilità/Conoscenze

- **COMPETENZE**

- **quinquennali**

- **pluridisciplinari**

- **ABILITA'**

- **biennali/annuali**

- **disciplinari**

- **CONOSCENZE**

- sono**

- **funzionali alle abilità**

- **sostegno alle competenze**

- **aggregate per blocchi**

- non sono**

- **mero elenco di contenuti**

- **indipendenti dalle abilità**

- **necessariamente sequenziali**

→ **ORGANIZZAZIONE**

>> **Dipartimenti e CTS**

→ **UTILIZZO QUOTA AUTONOMIA**

→ **VALUTAZIONE COMPETENZE**

→ **RAPPORTO AREA GENERALE/DI INDIRIZZO**

.....

◦Homo zappiens (Wim Veen)

