



Istituto Tecnico Statale "Francesco Viganò" (<https://www.issvigano.edu.it>)

Indirizzo Amministrazione Finanza e Marketing

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.

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.

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.
- Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica e fiscale con particolare

riferimento alle attività aziendali.

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

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

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

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

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

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

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

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

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.

Quadro orario Amministrazione Finanza e Marketing

MATERIE DI STUDIO	ORE SETTIMANALI				
	1^a	2^a	3^a	4^a	5^a
Lingua Italiana	4	4	4	4	4
Lingua Inglese	3	3	3	3	3
Storia	2	2	2	2	2
Matematica	4	4	3	3	3
Diritto ed Economia	2	2			
Scienze della Terra e Biologia	2	2			
Scienze Motorie e Sportive	2	2	2	2	2
Religione / Materia Alternativa	1	1	1	1	1

Scienze Integrate (Fisica)	2				
Scienze Integrate (Chimica)		2			
Geografia	3	3			
Informatica	2	2	2	2	
Seconda Lingua Comunitaria	3	3	3	3	3
Economia Aziendale	2	2	6	7	8
Diritto			3	3	3
Economia Politica			3	2	3
TOTALE	32	32	32	32	32

Quadro orario articolazione Relazioni Internazionali per il Marketing

MATERIE DI STUDIO	ORE SETTIMANALI				
	1 ^a	2 ^a	3 ^a	4 ^a	5 ^a
Classe					
Lingua Italiana	4	4	4	4	4
Lingua Inglese	3	3	3	3	3
Storia	2	2	2	2	2
Matematica	4	4	3	3	3
Diritto ed Economia	2	2			
Scienze della Terra e Biologia	2	2			
Scienze Motorie e Sportive	2	2	2	2	2
Religione / Materia Alternativa	1	1	1	1	1
Scienze Integrate (Fisica)	2				
Scienze Integrate (Chimica)		2			
Geografia	3	3			
Informatica	2	2			
Seconda Lingua Comunitaria	3	3	3	3	3
Economia Aziendale	2	2			
Terza Lingua Straniera			3	3	3
Economia Aziendale e Geopolitica			5	5	6
Diritto			2	2	2
Relazioni Internazionali			2	2	3
Tecnologie della Comunicazione			2	2	

TOTALE	32	32	32	32	32
---------------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

Inviato da admin.sito il Ven, 15/12/2017 - 09:34

URL (27/08/2021 - 10:35): <https://www.issvigano.edu.it/indirizzi-di-studio/indirizzo-amministrazione-finanza-e-marketing>