

Insegnamenti attivati

SECONDARIA II GRADO - TIPOLOGIA: ISTITUTO TECNICO COMMERCIALE

Le diverse attività, di seguito riportate, prevedono la pubblicazione di foto riferite a progetti PTOF.

1. Possono essere pubblicate foto e video di studenti mentre sono impegnati in attività e laboratori che si riferiscono a progetti compresi nel PTOF e, come tali, diventano parte dell'offerta formativa.
2. I contesti per la pubblicazione delle attività didattiche ed educative inserite nel PTOF di Istituto sono:

- visite guidate, uscite didattiche, viaggi di istruzione, cinema, teatro, ecc.
- fiere/convegni/manifestazioni a livello locale/nazionale/europeo
- attività per l'orientamento
- seminari/convegni/corsi di formazione
- concorsi e relative premiazioni
- gare/competizioni sportive
- progetti finanziati con Fondo di Istituto
- progetti realizzati in rete
- progetti in collaborazione con associazioni e/o Enti pubblici regionali e nazionali
- progetti previsti dal Programma Operativo Nazionale Scuola (Erasmus, PON, FSE, FESR, PNRR, ecc.).

Considerati i fini istituzionali e didattici dell'uso delle immagini degli studenti, a dimostrazione evidente della valenza di progetti, l'Istituto è autorizzato a non richiedere il consenso ai genitori.

Tuttavia, per una maggiore attenzione alla sicurezza, alla riservatezza dei dati e al rispetto della privacy degli studenti stessi, i genitori saranno chiamati a leggere la relativa informativa (allegato 1 del "REGOLAMENTO per la pubblicazione di video e foto") e a darne conferma di lettura.

**ISTITUTO/PLESSI CODICE SCUOLA
ITC DE FELICE GIUFFRIDA**

CTTD03401V

A. AMMINISTRAZIONE FINANZA E MARKETING - TRIENNIO

Competenze comuni comuni a tutti i percorsi di istruzione tecnica:

- Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti: sociali, culturali, scientifici, economici, tecnologici.
- Stabilire collegamenti tra le tradizioni culturali locali, nazionali ed internazionali, sia in prospettiva interculturale sia ai fini della mobilità di studio e di lavoro.

- Utilizzare gli strumenti culturali e metodologici per porsi con atteggiamento razionale, critico e responsabile di fronte alla realtà, ai suoi fenomeni, ai suoi problemi, anche ai fini dell'apprendimento permanente.
- Utilizzare e produrre strumenti di comunicazione visiva e multimediale, anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete.
- Padroneggiare la lingua inglese e, ove prevista, un'altra lingua comunitaria per scopi comunicativi e utilizzare i linguaggi settoriali relativi ai percorsi di studio, per interagire in diversi ambiti e contesti professionali, al livello B2 del quadro comune europeo di riferimento per le lingue (QCER).
- Utilizzare il linguaggio e i metodi propri della matematica per organizzare e valutare adeguatamente informazioni qualitative e quantitative.
- Identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti.
- Redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali.
- Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento.

Competenze specifiche:

competenze specifiche di indirizzo

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 pubblicitaria, civilistica e fiscale con particolare riferimento alle attività aziendali.
- interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi e flussi informativi 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.

APPROFONDIMENTO

• **CURVATURE GREEN**

A partire dall'A.S. 2022-23 l'indirizzo Amministrazione Finanza e Marketing sarà interessato dalle seguenti curvature:

| CURVATURA GREEN- AFM | | | | | | |
|----------------------|--------------------|------------|-------------------|------------|----------------------------|------------|
| Classe | Moduli scientifici | DISCIPLINE | Moduli umanistici | DISCIPLINE | Moduli tecnico-applicativi | DISCIPLINE |
| | | | | | | |

| | | | | | | |
|--|---|-------------------|--|-------------------|--|---------------------|
| I | Lo sviluppo sostenibile. Elementi di ecologia: gli ecosistemi del pianeta Elementi di biologia delle popolazioni Conservazione della biodiversità | GEOGRAFIA | Eco-storia: le comunità e le loro interazioni | STORIA | Gestione dei rifiuti come risorsa Economia circolare | DIRITTO ed ECONOMIA |
| I | Statistica descrittiva | MATEMATICA | | | Software Payton | INFORMATICA |
| I | Fisica ambientale | FISICA | | | Dalla contabilità tradizionale alla contabilità delle informazioni | EC. AZIENDALE |
| II | Ecologia delle popolazioni: Geosistema | GEOGRAFIA | Uomo e natura in letteratura | LETTERE | Le politiche economiche e l'ambiente | DIRITTO ed ECONOMIA |
| II | Statistica descrittiva applicata | MATEMATICA | | | Software Payton | INFORMATICA |
| II | Elementi di biologia delle piante | CHIMICA | | | Contabilità analitica | EC. AZIENDALE |
| CURVATURA WASTE MANAGEMENT AFM TRIENNIO | | | | | | |
| Classe | Moduli scientifici | DISCIPLINE | Moduli umanistici | DISCIPLINE | Moduli tecnico-applicativi | DISCIPLINE |
| III | Statistica economica per la sostenibilità | MATEMATICA | Diritto ambientale | DIRITTO | Il Bilancio di sostenibilità | EC. AZIENDALE |
| III | | | | | Linee guida per il reporting di sostenibilità: Global Reporting Iniziative 4.0 | ESPERTO |
| IV | Statistica inferenziale | MATEMATICA | Rapporti internazionali sullo sviluppo sostenibile | INGLESE | Life cycle assessment e simbiosi industriale Valutazione impatto ambientale | ESPERTO |
| IV | | | | | Logistica e gestione della supply chain | EC. AZIENDALE |
| V | Statistica Applicata, Sentimental Analysis | MATEMATICA | Il fallimento dell'intervento pubblico | ECONOMIA | Waste management | ESPERTO |
| V | | | | | Sostenibilità e Corporate Social Responsibility. Non estrarre ma creare valore | EC. AZIENDALE |
| TUTTI | AGENDA 2030 Le misure del domani per raggiungere gli obiettivi ONU sulla sostenibilità | EDUCAZIONE CIVICA | | | | |
| Il funzionamento dei mercati e le cause del loro fallimento. | | | | | | |

Il triennio dell'indirizzo AFM proseguirà con la curvatura Waste Management (Gestione dei rifiuti), Economia circolare (da Rifiuto a Risorsa), Potenziamento informatica, Matematica finanziaria.

B. R.I.M. RELAZIONI INTERNAZIONALI PER IL MARKETING

L'indirizzo di studio RIM prevede: il raggiungimento di competenze specifiche nel campo dei macrofenomeni economici nazionali ed internazionali, della normativa civilista e fiscale, dei sistemi 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.

LE CARATTERISTICHE PRINCIPALI

Relazioni internazionali per il marketing è una delle articolazioni dell'indirizzo Amministrazione, Finanza e Marketing, presente nel Settore Economico.

- Il percorso di studi dura 5 anni ed è suddiviso in due bienni e un quinto anno, al termine del quale gli studenti sostengono l'esame di Stato e conseguono il diploma di Istruzione Tecnica.

- Il nuovo orario settimanale è stato contenuto in 32 ore (di 60 minuti), corrispondenti in termini effettivi alle 36-38 ore di 50 minuti della maggior parte dei corsi del precedente ordinamento (con il vantaggio di una minore frammentazione disciplinare). In tale contesto si registra in generale un incremento dello studio della lingua inglese e viene dato più spazio alle materie scientifiche.
- Il quinto anno è anche finalizzato ad un migliore raccordo tra la scuola e l'istruzione superiore e alla preparazione all'inserimento nella vita lavorativa.
- All'ultimo anno, si introduce l'insegnamento di una disciplina tecnico-professionale in una lingua straniera
- Il laboratorio è centrale nel processo di apprendimento; sono previsti stages, tirocini e percorsi di alternanza scuola-lavoro per apprendere in contesti applicativi.

IL PROFILO

Per il Diplomato in Amministrazione, Finanza e Marketing (articolazione in 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.

Inoltre, il diplomato 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;
- volgere 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.

A conclusione del percorso quinquennale, il Diplomato nell'indirizzo Amministrazione, Finanza e Marketing (articolazione in Relazioni internazionali per il 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 pubblicitaria, civilistica e fiscale con particolare riferimento alle attività aziendali.
- Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi e flussi informativi 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.

RELAZIONI INTERNAZIONALI PER IL MARKETING

Quadro orario settimanale

| DISCIPLINE | 1° biennio (comune a tutti) | | 2° biennio | | 5° anno |
|---------------------------------------|--------------------------------|----|------------|----|---------|
| | Lingua e letteratura italiana | 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 | | | |
| S.I. (Scienze della Terra e Biologia) | 2 | 2 | | | |
| Scienze motorie e sportive | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Religione o attività alternative | 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 |
| Diritto | | | 2 | 2 | 2 |
| Economia aziendale e geo-politica | | | 5 | 5 | 6 |
| Relazioni Internazionali | | | 2 | 2 | 3 |
| Tecnologia della Comunicazione | | | 2 | 2 | |
| <i>Totale ore settimanali</i> | 32 | 32 | 32 | 32 | 32 |

1^ lingua inglese, 2^ lingua francese e 3^ spagnolo.

C. SISTEMI INFORMATIVI AZIENDALI

Competenze comuni a tutti i percorsi di istruzione tecnica

- Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti: sociali, culturali, scientifici, economici, tecnologici.

- Stabilire collegamenti tra le tradizioni culturali locali, nazionali ed internazionali, sia in prospettiva interculturale sia ai fini della mobilità di studio e di lavoro.
- Utilizzare gli strumenti culturali e metodologici per porsi con atteggiamento razionale, critico e responsabile di fronte alla realtà, ai suoi fenomeni, ai suoi problemi, anche ai fini dell'apprendimento permanente.
- Utilizzare e produrre strumenti di comunicazione visiva e multimediale, anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete.
- Padroneggiare la lingua inglese e, ove prevista, un'altra lingua comunitaria per scopi comunicativi e utilizzare i linguaggi settoriali relativi ai percorsi di studio, per interagire in diversi ambiti e contesti professionali, al livello B2 del quadro comune europeo di riferimento per le lingue (QCER).
- Utilizzare il linguaggio e i metodi propri della matematica per organizzare e valutare adeguatamente informazioni qualitative e quantitative.
- Identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti.
- Redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali.
- Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento.

Competenze specifiche di indirizzo

- 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 pubblicitaria, civilistica e fiscale con particolare riferimento alle attività aziendali.
- Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi e flussi informativi 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.

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.

APPROFONDIMENTO

▪ CURVATURA BIG-DATA

A partire dall'A.S. 2022-23 l'indirizzo Sistemi Informativi Aziendali sarà interessato dalle seguenti curvature:

| CURVATURA GREEN- SIA BIENNIO | | | | | | |
|------------------------------|---|-------------------|---|------------|--|---------------------|
| Classe | Moduli scientifici | DISCIPLINE | Moduli umanistici | DISCIPLINE | Moduli tecnico-applicativi | DISCIPLINE |
| I | Lo sviluppo sostenibile. Elementi di ecologia: gli ecosistemi del pianeta Elementi di biologia delle popolazioni Conservazione della biodiversità | GEOGRAFIA | Eco-storia: le comunità e le loro interazioni | STORIA | Gestione dei rifiuti come risorsa Economia circolare | DIRITTO ed ECONOMIA |
| I | Statistica descrittiva | MATEMATICA | | | Software Payton | INFORMATICA |
| I | Fisica ambientale | FISICA | | | Dalla contabilità tradizionale alla contabilità delle informazioni | EC. AZIENDALE |
| II | Ecologia delle popolazioni: Geosistema | GEOGRAFIA | Uomo e natura in letteratura | LETTERE | Le politiche economiche e l'ambiente | DIRITTO ed ECONOMIA |
| II | Statistica descrittiva applicata | MATEMATICA | | | Software Payton | INFORMATICA |
| II | Elementi di biologia delle piante | CHIMICA | | | Contabilità analitica | EC. AZIENDALE |
| CURVATURA SIA TRIENNIO | | | | | | |
| Classe | Moduli scientifici | DISCIPLINE | Moduli umanistici | DISCIPLINE | Moduli tecnico-applicativi | DISCIPLINE |
| III | Statistica economica | MATEMATICA | Microlingua Tecnica | INGLESE | software SAP | ESPERTO |
| III | | | | | Knowledge Management – Controllo di gestione – Controllo strategico – Valutazione della Performance | EC. AZIENDALE |
| IV | Statistica inferenziale | MATEMATICA | microlingua Tecnica | INGLESE | Informazioni per le DECISIONI | EC. AZIENDALE |
| IV | | | | | software SAP | ESPERTO |
| V | Statistica Applicata, Sentimental Analysis | MATEMATICA | microlingua Tecnica | INGLESE | ACCOUNTING INFORMATION SYSTEM | EC. AZIENDALE |
| V | | | | | software SAP | ESPERTO |
| TUTTI | AGENDA 2030 Le misure del domani per raggiungere gli obiettivi ONU sulla sostenibilità | EDUCAZIONE CIVICA | | | | |

Il triennio dell'indirizzo SIA avrà curvatura Big Data con linguaggio Python, Economia aziendale in piattaforma SAP, Matematica applicata a Data Analysis; Inglese microlingua per l'uso delle piattaforme informatiche.

D. SPERIMENTAZIONE QUADRIENNALE: SISTEMI INFORMATIVI AZIENDALI (SIA)

Il corso Sistemi Informativi Aziendali si caratterizza per lo studio dell'informatica applicata in ambito economico-informatico-aziendale. Alla fine del percorso i diplomati acquisiscono:

competenze digitali, con particolare riguardo al pensiero computazionale, all'utilizzo critico e consapevole dei sistemi aziendali nei loro modelli, processi e flussi informativi con riferimento alle differenti tipologie di imprese;

- capacità nell'applicare i principi e gli strumenti della programmazione e del controllo di gestione, analizzandone i risultati;
- consapevolezza nell'inquadrare l'attività di marketing nel ciclo di vita dell'azienda e realizzare applicazioni con riferimento a specifici contesti e diverse politiche di mercato;

- saper utilizzare i sistemi informativi aziendali e gli strumenti di comunicazione integrata d'impresa, per realizzare attività comunicative con riferimento a differenti contesti;
- essere in grado di analizzare e produrre i documenti relativi alla rendicontazione sociale e ambientale e al controllo di gestione, alla luce dei criteri sulla responsabilità sociale d'impresa.

PERCORSO QUADRIENNALE - SIA SISTEMI INFORMATIVI AZ.

| Classe concorso | Materia | I | II | III | IV |
|--------------------|---|-----------|-----------|-----------|-----------|
| IRC | Religione | 1 | 1 | 1 | 1 |
| A012 | Italiano | 5 | 5 | 5 | 5 |
| A012 | Storia | 2 | 2 | 2 | 3 |
| A047 | Matematica e statistica | 7 | 6 | 2 | 2 |
| A050 | Scienze naturali (Scienze Terra e Biologia) | 2 | 2 | | |
| A050 | Scienze integrate Fisica - Chimica | 2 | 2 | | |
| A046 | Diritto ed economia | 3 | 3 | | |
| A046 | Diritto | | | 4 | 2 |
| A046 | Economia politica | | | 4 | 4 |
| A048 | Scienze motorie | 2 | 2 | 2 | 2 |
| AB24 | Lingua inglese | 5 | 4 | 3 | 3 |
| AA24/AC24 | Seconda lingua comunitaria francese/spag nolo | 4 | 4 | | |
| A021 | Geografia | 3 | 3 | | |
| A045 | Economia aziendale | 2 | 4 | 8 | 8 |
| A041 / A066 | Informatica | 2 | 2 | | |
| A041 | Informatica | | | 7 | 7 |
| OPZIONALI | | | | 2 | 3 |
| A045 | Digital innovation and trasformation management | | | | |
| A047 | Matematica e statistica applicata ai big data | | | | |
| A041 | Informatica applicata ai big data, cloud | | | | |
| | | 40 | 40 | 40 | 40 |

E. TURISMO - TURISMO ESABAC

Competenze comuni a tutti i percorsi di istruzione tecnica

- Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti: sociali, culturali, scientifici, economici, tecnologici.
- Stabilire collegamenti tra le tradizioni culturali locali, nazionali ed internazionali, sia in prospettiva interculturale sia ai fini della mobilità di studio e di lavoro.
- Utilizzare gli strumenti culturali e metodologici per porsi con atteggiamento razionale, critico e responsabile di fronte alla realtà, ai suoi fenomeni, ai suoi problemi, anche ai fini dell'apprendimento permanente.
- Utilizzare e produrre strumenti di comunicazione visiva e multimediale, anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete.
- Padroneggiare la lingua inglese e, ove prevista, un'altra lingua comunitaria per scopi comunicativi e utilizzare i linguaggi settoriali relativi ai percorsi di studio, per interagire in diversi ambiti e contesti professionali, al livello B2 del quadro comune europeo di riferimento per le lingue (QCER).
- Utilizzare il linguaggio e i metodi propri della matematica per organizzare e valutare adeguatamente informazioni qualitative e quantitative.
- Identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti.
- Redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali.
- Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento.

Competenze specifiche di indirizzo

Riconoscere e interpretare:

- Le tendenze dei mercati locali, nazionali, globali anche per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico, i macrofenomeni socio-economici globali in termini generali e specifici dell'impresa turistica, i cambiamenti dei sistemi economici nella dimensione diacronica attraverso il confronto tra epoche e nella dimensione sincronica attraverso il confronto tra aree geografiche e culturali diverse.
- Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica, fiscale con particolare riferimento a quella del settore turistico.
- Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi.
- Riconoscere le peculiarità organizzative delle imprese turistiche e contribuire a cercare soluzioni funzionali alle diverse tipologie.
- Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali con l'ausilio di programmi di contabilità integrata specifici per le aziende del settore turistico.
- Analizzare l'immagine del territorio sia per riconoscere la specificità del suo patrimonio culturale sia per individuare strategie di sviluppo del turismo integrato e sostenibile.
- Contribuire a realizzare piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di imprese o prodotti turistici.

- Progettare, documentare e presentare servizi o prodotti turistici.
- Individuare le caratteristiche del mercato del lavoro e collaborare alla gestione del personale dell'impresa turistica.
- Utilizzare il sistema delle comunicazioni e delle relazioni delle imprese turistiche.
- Conoscere le strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete.
- Padroneggiare la lingua inglese e, ove prevista, un'altra lingua comunitaria per scopi comunicativi e utilizzare i linguaggi settoriali relativi ai percorsi di studio, per interagire in diversi ambiti e contesti professionali, al livello B2 del quadro comune europeo di riferimento per le lingue (QCER).
- Utilizzare il linguaggio e i metodi propri della matematica per organizzare e valutare adeguatamente informazioni qualitative e quantitative.
- Identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti.
- Redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali.
- Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento.

Competenze specifiche di indirizzo

Riconoscere e interpretare:

- Le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali anche per coglierne le ripercussioni in un dato contesto; 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 pubblicitaria, civilistica e fiscale con particolare riferimento alle attività aziendali.
- interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi e flussi informativi.
- Riconoscere le peculiarità organizzative delle imprese turistiche e contribuire a cercare soluzioni funzionali alle diverse tipologie.
- Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali con l'ausilio di programmi di contabilità integrata specifici per le aziende del settore turistico.
- Analizzare l'immagine del territorio sia per riconoscere la specificità del suo patrimonio culturale sia per individuare strategie di sviluppo del turismo integrato e sostenibile.
- Contribuire a realizzare piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di imprese o prodotti turistici.
- Progettare, documentare e presentare servizi o prodotti turistici.
- Individuare le caratteristiche del mercato del lavoro e collaborare alla gestione del personale dell'impresa turistica.
- utilizzare il sistema delle comunicazioni e delle relazioni delle imprese turistiche.

ESABAC

Il corso EsaBac consente agli allievi di conseguire simultaneamente – attraverso un solo esame - il diploma dello Stato italiano e il Baccalaurèat francese.

Si tratta di un percorso di studi d'eccellenza, voluto dai Ministeri degli Esteri e dell'Istruzione dei due rispettivi paesi, nell'ottica di una sempre maggiore integrazione europea. Il percorso EsaBac permette agli allievi di acquisire la lingua e la cultura francese, favorendo un'apertura europea ed internazionale del loro corso di studi, con interessanti prospettive professionali sul mercato del lavoro italo-francese. L'EsaBac è un diploma internazionale, riconosciuto in Italia e nei paesi francofoni, utile per l'inserimento nel mondo del lavoro che per la formazione post-diploma.

Al termine degli studi gli studenti potranno scegliere se proseguire la loro formazione universitaria qui o nel paese d'oltralpe. Il diploma EsaBac dà infatti libero accesso a tutte le Università francesi ed apre un canale privilegiato per percorsi di ricerca post-laurea in Francia.

Il curriculum italiano nelle sezioni EsaBac prevede nell'arco di un triennio lo studio della Lingua e della letteratura francese, per quattro ore settimanali, e della Storia veicolata in lingua francese per due ore a settimana.

Il percorso EsaBac offre agli studenti degli ultimi tre anni di scuola secondaria una formazione integrata basata sullo studio approfondito della lingua e della cultura del paese partner, con un'attenzione specifica allo sviluppo delle competenze storico-letterarie e interculturali, acquisite in una prospettiva europea e internazionale.

Al termine del percorso, gli studenti raggiungono un livello di competenza linguistica pari al livello B2.

APPROFONDIMENTO

- CURVATURA GREEN TURISMO e MANAGEMENT ALBERGHIERO

A partire dall'A.S. 2022-23 l'indirizzo TURISMO sarà interessato dalle seguenti curvature:

| CURVATURA GREEN- TURISMO | | | | | | |
|-------------------------------|---|------------|--|------------|--|---------------------|
| Classe | Moduli scientifici | DISCIPLINE | Moduli umanistici | DISCIPLINE | Moduli tecnico-applicativi | DISCIPLINE |
| I | Lo sviluppo sostenibile. Elementi di ecologia: gli ecosistemi del pianeta Elementi di biologia delle popolazioni Conservazione della biodiversità | GEOGRAFIA | Eco-storia: le comunità e le loro interazioni | STORIA | Gestione dei rifiuti come risorsa Economia circolare | DIRITTO ed ECONOMIA |
| I | Statistica descrittiva | MATEMATICA | | | Software Payton | INFORMATICA |
| I | Fisica ambientale | FISICA | | | Dalla contabilità tradizionale alla contabilità delle informazioni | EC. AZIENDALE |
| II | Ecologia delle popolazioni: Geosistema | GEOGRAFIA | Uomo e natura in letteratura | LETTERE | Le politiche economiche e l'ambiente | DIRITTO ed ECONOMIA |
| II | Statistica descrittiva applicata, Calcolo probabilità | MATEMATICA | | | Software Payton | INFORMATICA |
| II | Elementi di biologia delle piante | CHIMICA | | | Contabilità analitica | EC. AZIENDALE |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| CURVATURA TURISMO SOSTENIBILE | | | | | | |
| Classe | Moduli scientifici | DISCIPLINE | Moduli umanistici | DISCIPLINE | Moduli tecnico-applicativi | DISCIPLINE |
| III | statistica del turismo | MATEMATICA | economia culturale ed ambientale | DIRITTO | corporate social responsibility | EC. AZIENDALE |
| III | turismo urbano, turismo enogastronomico | GEOGRAFIA | Ambiente urbano sostenibile | ARTE | Economia del turismo e della sostenibilità, turismo accessibile, legislazione del lavoro e degli ambienti di lavoro, normativa privacy, certificazioni | EC. AZIENDALE |
| IV | Statistica descrittiva applicata ai DATI SOCIAL | MATEMATICA | legislazione del lavoro e degli ambienti di lavoro | DIRITTO | gestione delle risorse umane | ESPERTO |
| IV | sostenibilità ambientale e sociale | GEOGRAFIA | L'abitazione sostenibile La bioarchitettura | ARTE | marketing territoriale | EC. AZIENDALE |
| V | tecniche della ricerca nel turismo | MATEMATICA | città e governo locale, economia collaborativa, economia dello sviluppo locale | DIRITTO | CRM, , customer satisfaction | ESPERTO |

| | | | | | | |
|-------|---|-------------------|--|--|------------------------------|---------------|
| V | beni culturali, turismo culturale, patrimoni UNESCO | GEOGRAFIA | | | revenue management e pricing | EC. AZIENDALE |
| TUTTI | AGENDA 2030 Le misure del domani per raggiungere gli obiettivi ONU sulla sostenibilità | EDUCAZIONE CIVICA | | | | |

| CURVATURA GREEN- TURISMO | | | | | | |
|---|---|-------------------|---|------------|--|---------------------|
| Classe | Moduli scientifici | DISCIPLINE | Moduli umanistici | DISCIPLINE | Moduli tecnico-applicativi | DISCIPLINE |
| I | Lo sviluppo sostenibile. Elementi di ecologia: gli ecosistemi del pianeta Elementi di biologia delle popolazioni Conservazione della biodiversità | GEOGRAFIA | Eco-storia: le comunità e le loro interazioni | STORIA | Gestione dei rifiuti come risorsa Economia circolare | DIRITTO ed ECONOMIA |
| I | Statistica descrittiva | MATEMATICA | | | Linguaggio Python | INFORMATICA |
| I | Fisica ambientale | FISICA | | | Dalla contabilità tradizionale alla contabilità delle informazioni | EC. AZIENDALE |
| II | Ecologia delle popolazioni: Geosistema | GEOGRAFIA | Uomo e natura in letteratura | LETTERE | Le politiche economiche e l'ambiente | DIRITTO ed ECONOMIA |
| II | Statistica descrittiva applicata, Calcolo probabilità | MATEMATICA | | | Linguaggio Python | INFORMATICA |
| II | Elementi di biologia delle piante | CHIMICA | | | Contabilità analitica | EC. AZIENDALE |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| CURVATURA MANAGEMENT ALBERGHIERO | | | | | | |
| Classe | Moduli tecnico-applicativi | DISCIPLINE | | | | |
| III | statistica del turismo | MATEMATICA | | | | |
| III | Operazioni gestionali in albergo | MANAGEMENT ALB. | | | | |
| III | Housekeeping – Conference | MANAGEMENT ALB. | | | | |
| IV | Nuove tecnologie Big Data Analytics | MATEMATICA | | | | |
| IV | Aspetti Legali Hospitality Management | DIRITTO | | | | |
| IV | Management degli Asset | MANAGEMENT ALB. | | | | |
| V | Controllo manageriale | MANAGEMENT ALB. | | | | |
| V | Hotel Marketing, Sales & Revenue Management | MANAGEMENT ALB. | | | | |
| TUTTI | AGENDA 2030 Le misure del domani per raggiungere gli obiettivi ONU sulla sostenibilità | EDUCAZIONE CIVICA | | | | |

Anche per il biennio dell'indirizzo Turismo è stata progettata una curvatura Green; al triennio, invece, gli studenti del Turismo potranno scegliere tra due curvatures proposte: Turismo sostenibile e Management Alberghiero.

SECONDARIA II GRADO - TIPOLOGIA: IST. PROF. PER I SERVIZI COMMERCIALI E TURISTICI

ISTITUTO/PLESSI CODICE SCUOLA