

INDIRIZZI DI STUDIO

Indirizzo : Amministrazione, Finanza e Marketing Diploma: Ragioniere e Perito Commerciale

Tale profilo è volto all' acquisizione di ampie e sistematiche conoscenze dal punto di vista economico, giuridico, organizzativo e contabile, dei processi che caratterizzano la gestione aziendale.

Il ragioniere – perito commerciale, pertanto, dovrà essere in grado di:

1. esaminare i rapporti fra l'azienda e l'ambiente in cui opera, al fine di affrontare e risolvere problemi di tipo prevalentemente gestionale;
2. analizzare situazioni e rappresentarle attraverso l'utilizzo di modelli funzionali predisposti per la risoluzione dei problemi;
3. interpretare in modo sistematico le strutture e le dinamiche del contesto in cui opera l'azienda;
4. effettuare scelte e prendere decisioni attraverso l'assunzione di informazioni e ricerche relative alla azienda stessa;
5. partecipare al lavoro organizzato sia attraverso una metodologia individuale che attraverso un coordinamento di gruppo;
6. documentare adeguatamente il proprio lavoro al fine di comunicarlo efficacemente utilizzando appropriati linguaggi tecnici.

Il percorso formativo AMMINISTRAZIONE FINANZA E MARKETING è strutturato in un quinquennio, le cui principali innovazioni riguardano:

- la suddivisione, nel biennio, delle discipline fra area comune ed area di indirizzo secondo quanto suggerito dagli orientamenti pedagogici più recenti;
- l'aumento complessivo delle ore di insegnamento settimanali con ampi spazi riservati all'attività di laboratorio;
- l'inserimento nell'area comune del biennio di una materia denominata "Diritto ed Economia" che supera il concetto di educazione civica, ritenuta inadeguata alle attuali esigenze formative;
- l'accorpamento di Ragioneria e Tecnica e org. Aziendale in un unico insegnamento denominato "Economia aziendale" per l'intero quinquennio;
- la revisione sostanziale dell'insegnamento della Matematica a cui viene affidato il compito di veicolare anche l'Informatica secondo gli intendimenti del Piano Nazionale Informatico;

- l'istituzione delle discipline "Scienza della materia" e "Scienze della natura" per l'insegnamento integrato dell'area scientifica;
- l'istituzione di un'area operativa denominata "Trattamento testi e dati" per far acquisire le abilità necessarie ad operare in ambienti sempre più informatizzati;
- l'introduzione di due lingue europee per l'intero quinquennio per meglio rispondere alle nuove aspettative del mercato del lavoro.

**Indirizzo : Relazioni Internazionali per il Marketing
Diploma: Ragioniere e Perito Commerciale Internazionale**

Il Diplomato in Relazioni Internazionali per il 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;

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 "Relazioni internazionali per il marketing" consegue i risultati di apprendimento

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;

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

Indirizzo: Sistemi Informativi Aziendali Diploma: Ragioniere e Perito Commerciale

Il profilo di questo indirizzo, altamente caratterizzato dallo studio dell'informatica, offre la possibilità di deve saper operare nella libera professione sia come amministratore consulente, liquidatore di imprese, sia come perito contabile esperto nel rilevamento dei costi di produzione, agente di assicurazione, curatore fallimentare e gestore di reti informatiche in aziende che trattano grosse quantità di dati e come operatore informatico. Deve essere in grado di assolvere, nella vita delle aziende pubbliche e private, non solo compiti di carattere puramente esecutivi ma funzioni di carattere direttivo. Il ragioniere – perito commerciale-programmatori pertanto, dovrà essere in grado di:

1. esaminare i rapporti fra l'azienda e l'ambiente in cui opera, al fine di affrontare e risolvere problemi di tipo prevalentemente gestionale;
2. analizzare situazioni e rappresentarle attraverso l'utilizzo di modelli funzionali predisposti per la risoluzione dei problemi;

-  interpretare in modo sistematico le strutture e le dinamiche del contesto in cui opera l'azienda;
-  effettuare scelte e prendere decisioni attraverso l'assunzione di informazioni e ricerche relative alla azienda stessa;
-  partecipare al lavoro organizzato sia attraverso una metodologia individuale che attraverso un coordinamento di gruppo e attraverso l'uso delle nuove tecnologie;
-  documentare adeguatamente il proprio lavoro al fine di comunicarlo efficacemente utilizzando appropriati linguaggi tecnici;
-  deve essere in grado di partecipare alla progettazione di sistemi informativi aziendali automatizzati.

Il percorso formativo dei, SISTEMI INFORMATIVI AZIENDALI, dopo un biennio comune ai due indirizzi, è strutturato in un triennio le cui principali innovazioni riguardano:

- lo studio di una lingua straniera (inglese);
- l'insegnamento della matematica, calcolo delle probabilità e statistica;
- ragioneria ed economia aziendale con applicazioni di laboratorio informatico;
- Tecnica e org. aziendale ed organizzazione aziendale con applicazioni di laboratorio informatico;
- informatica generale ed applicazioni gestionali, linguaggi di programmazione e linguaggi multimediali.

Indirizzo: Turismo
Diploma: Perito per il Turismo

Il Ragioniere perito per il Turismo, oltre alle competenze amministrativo contabile e la conoscenza e l'utilizzo dei pacchetti informatici, opera – secondo il suo profilo professionale - nel settore della produzione, commercializzazione ed effettuazione dei servizi turistici, all'interno di aziende private e di Enti pubblici. Per assicurare tale opera deve possedere competenze:

1. di marketing,
2. di progettazione,
3. di consulenza,
4. di relazione,
5. di comunicazione
6. di documentazione.

Il percorso formativo del PERITO PER IL TURISMO è strutturato in un quinquennio e le principali caratteristiche riguardano:

- lo studio dell'arte già dal terzo anno;
- lo studio della Geografia del Turismo dal terzo anno;
- lo studio di tre lingue straniere a partire dal terzo anno;
- lo studio del Diritto e legislazione del Turismo a partire dal terzo anno;
- conversazione in lingua a partire dal secondo anno.


Corso Serale


Indirizzo: Sistemi Informativi Aziendali


Diploma: Ragioniere e Perito Commerciale


Il profilo di questo indirizzo, altamente caratterizzato dallo studio dell'informatica, offre la possibilità di deve saper operare nella libera professione sia come amministratore consulente, liquidatore di imprese, sia come perito contabile esperto nel rilevamento dei costi di produzione, agente di assicurazione, curatore fallimentare e gestore di reti informatiche in aziende che trattano grosse quantità di dati e come operatore informatico. Deve essere in grado di assolvere, nella vita delle aziende pubbliche e private, non solo compiti di carattere puramente esecutivi ma funzioni di carattere direttivo. Il ragioniere – perito commerciale-programmatori pertanto, dovrà essere in grado di:


1. esaminare i rapporti fra l'azienda e l'ambiente in cui opera, al fine di affrontare e risolvere problemi di tipo prevalentemente gestionale;
2. analizzare situazioni e rappresentarle attraverso l'utilizzo di modelli funzionali predisposti per la risoluzione dei problemi;

 interpretare in modo sistematico le strutture e le dinamiche del contesto in cui opera l'azienda;

 effettuare scelte e prendere decisioni attraverso l'assunzione di informazioni e ricerche relative alla azienda stessa;

 partecipare al lavoro organizzato sia attraverso una metodologia individuale che attraverso un coordinamento di gruppo e attraverso l'uso delle nuove tecnologie;

 documentare adeguatamente il proprio lavoro al fine di comunicarlo efficacemente utilizzando appropriati linguaggi tecnici;

 deve essere in grado di partecipare alla progettazione di sistemi informativi aziendali automatizzati.

Il percorso formativo dei, SISTEMI INFORMATIVI AZIENDALI, dopo un biennio comune ai due indirizzi, è strutturato in un triennio le cui principali innovazioni riguardano:

- lo studio di una lingua straniera (inglese);
- l'insegnamento della matematica, calcolo delle probabilità e statistica;

- ragioneria ed economia aziendale con applicazioni di laboratorio informatico;
- Tecnica e org. aziendale ed organizzazione aziendale con applicazioni di laboratorio informatico;
- informatica generale ed applicazioni gestionali, linguaggi di programmazione e linguaggi multimediali.

In **tutti e quattro gli indirizzi**, AMMINISTRAZIONE FINANZA E MARKETING ,
SISTEMI INFORMATIVI AZIENDALI, RELAZIONI INTERNAZIONALI, TURISMO,
gli studenti al termine del loro percorso formativo, dovranno sapere:

- utilizzare metodi, strumenti, tecniche contabili ed extracontabili per una corretta rilevazione dei fenomeni gestionali,
- leggere, redigere ed interpretare ogni significativo documento aziendale,
- gestire il sistema informativo aziendale e/o i suoi sottosistemi anche automatizzati, nonché collaborare alla loro progettazione o ristrutturazione,
- elaborare dati e rappresentarli in modo efficace per favorire i diversi processi decisionali,
- cogliere gli aspetti organizzativi delle varie funzioni aziendali.