

**Il nuovo ordinamento  
degli istituti tecnici 1  
AMMINISTRAZIONE,  
FINANZA E MARKETING**

Roma, ITIS G. GALILEI  
28 ottobre 2010



# INDIRIZZO AMMINISTRAZIONE, FINANZA E MARKETING

## PROFILO

Il Diplomato ha competenze generali nel campo dei macrofenomeni economici nazionali e 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.



# AMMINISTRAZIONE, FINANZA E MARKETING (2)

segue PROFILO

Integra le competenze dell'ambito professionale specifico con quelle linguistiche ed 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.





# AMMINISTRAZIONE, FINANZA E MARKETING (3)

segue PROFILO

Attraverso il percorso generale, il Diplomato è in grado di:

- **Rilevare le operazioni gestionali** utilizzando metodi, strumenti, tecniche contabili ed extracontabili in linea con i principi nazionali e internazionali;
- **Redigere e interpretare i documenti** amministrativi e finanziari aziendali;
- **Gestire adempimenti** di natura fiscale;



# AMMINISTRAZIONE, FINANZA E MARKETING (4)

segue PROFILO

- **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.





# AMMINISTRAZIONE, FINANZA E MARKETING (5)

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 geopolitiche e vari contesti territoriali.



# AMMINISTRAZIONE, FINANZA E MARKETING (6)

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.



**A CONCLUSIONE DEL PERCORSO QUINQUENNALE**

**IL DIPLOMATO NELL'INDIRIZZO 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 alle 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.



## AMMINISTRAZIONE, FINANZA E MARKETING (8)

- **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 diverse 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;

## AMMINISTRAZIONE, FINANZA E MARKETING (9)

- **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;



## AMMINISTRAZIONE, FINANZA E MARKETING (10)

- **Utilizzare i sistemi informativi aziendali** e gli strumenti di comunicazione integrata di impresa per realizzare attività comunicative con riferimento a differenti contesti;
- **Analizzare e produrre 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 SOPRA ELENcate SONO DIFFERENTEMENTE SVILUPPATE E OPPORTUNAMENTE INTEGRATE IN COERENZA CON IL PROFILO DI RIFERIMENTO.