



**I NUOVI
ISTITUTI
TECNICI**

3. I NUOVI ISTITUTI TECNICI

3.1 Novità e caratteristiche

Il Regolamento dell'istruzione tecnica così ne definisce la nuova identità (art. 2, comma 1):

"L'identità degli istituti tecnici si caratterizza per una solida base culturale di carattere scientifico e tecnologico in linea con le indicazioni dell'Unione europea, costruita attraverso lo studio, l'approfondimento e l'applicazione di linguaggi e metodologie di carattere generale e specifico ed è espressa da un limitato numero di ampi indirizzi, correlati a settori fondamentali per lo sviluppo economico e produttivo del Paese, con l'obiettivo di far acquisire agli studenti, in relazione all'esercizio di professioni tecniche, i saperi e le competenze necessari per un rapido inserimento nel mondo del lavoro, per l'accesso all'università e all'istruzione e formazione tecnica superiore".

Tutti gli istituti tecnici hanno la durata di cinque anni e sono suddivisi in due bienni e in un quinto anno, al termine del quale gli studenti sostengono l'esame di Stato e conseguono il **diploma di istruzione tecnica**, utile ai fini della continuazione degli studi in qualunque facoltà universitaria. 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.

Negli ultimi anni è stato compiuto in Italia un eccezionale sforzo di riprogettazione e rilancio dell'istruzione tecnica, secondo le seguenti direttrici:

- restituire all'istruzione tecnica un'autonoma identità e una specifica missione formativa, diversa da quella dei licei e distinta da quella degli istituti professionali;
- superare la frammentazione dei percorsi, ramificata in un grande numero di indirizzi e in un eccessivo numero di sperimentazioni;
- invertire con decisione la tendenza al calo delle iscrizioni, anche per venire incontro alle esigenze delle imprese, la cui domanda di diplomati tecnici è largamente insoddisfatta.

Su questa base il numero degli istituti tecnici passa perciò da 39 indirizzi (più le sperimentazioni) a 11, così suddivisi: 2 indirizzi nel settore economico e 9 indirizzi nel settore tecnologico (quasi tutti con articolazioni nel triennio).



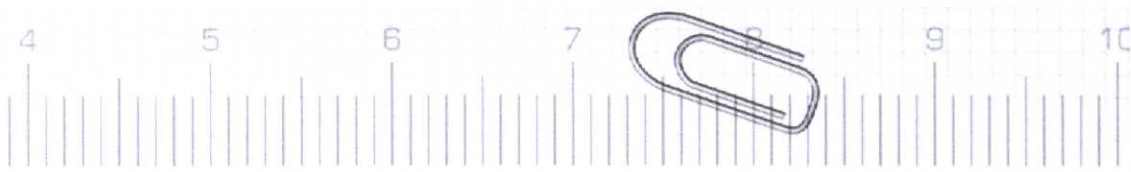
Eccoli:

SETTORE ECONOMICO

1. Amministrazione, Finanza e Marketing (indirizzo generale)
Articolazioni:
 - *Relazioni internazionali per il marketing*
 - *Sistemi informativi aziendali*
2. Turismo

SETTORE TECNOLOGICO

1. Meccanica, Meccatronica ed Energia
Articolazioni:
 - *Meccanica e meccatronica*
 - *Energia*
2. Trasporti e Logistica
Articolazioni:
 - *Costruzione del mezzo*
 - *Conduzione del mezzo*
 - *Logistica*
3. Elettronica ed Elettrotecnica
Articolazioni:
 - *Elettronica*
 - *Elettrotecnica*
 - *Automazione*
4. Informatica e Telecomunicazioni
Articolazioni:
 - *Informatica*
 - *Telecomunicazioni*
5. Grafica e Comunicazione
6. Chimica, Materiali e Biotecnologie
Articolazioni:
 - *Chimica e materiali*
 - *Biotecnologie ambientali*
 - *Biotecnologie sanitarie*
7. Sistema Moda
Articolazioni:
 - *Tessile, abbigliamento e moda*
 - *Calzature e moda*
8. Agraria, Agroalimentare e Agroindustria
Articolazioni:
 - *Produzioni e trasformazioni*
 - *Gestione dell'ambiente e del territorio*
 - *Viticultura ed enologia*
9. Costruzioni, Ambiente e Territorio (indirizzo generale)
Articolazione:
 - *Geotecnico*



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.

Nuovi modelli organizzativi

I nuovi istituti tecnici si caratterizzano anche per la proposta di nuovi modelli organizzativi, che ne faranno dei veri e propri centri di innovazione, grazie alla possibilità di costituire, da parte delle singole istituzioni scolastiche, Dipartimenti finalizzati all'aggiornamento costante dei percorsi di studio nonché un Comitato tecnico-scientifico formato da docenti e da esperti del mondo del lavoro, delle professioni e della ricerca scientifica e tecnologica.

È previsto lo sviluppo di metodologie innovative basate sull'utilizzo diffuso del laboratorio a fini didattici in tutti gli ambiti disciplinari e un raccordo più stretto con il mondo del lavoro e delle professioni, compresi il volontariato e il privato sociale, attraverso la più ampia diffusione di *stage*, tirocini, alternanza scuola-lavoro.

Gli istituti tecnici per il settore tecnologico sono dotati di un Ufficio tecnico con il compito di sostenere la migliore organizzazione e funzionalità dei laboratori.

Il rapporto con il mondo del lavoro

Le aziende italiane "domandano" circa 300.000 diplomati tecnici all'anno, contro un *output* del nostro sistema educativo di circa la metà.

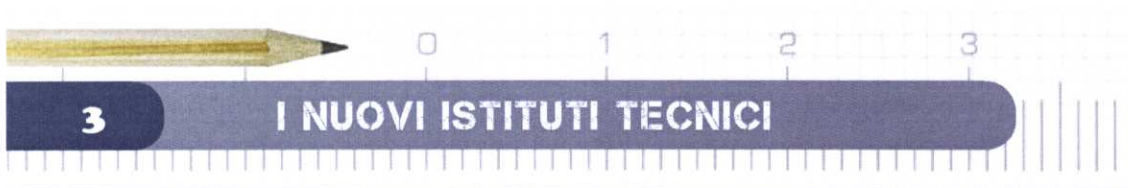
Questo significa che chi si iscriverà agli istituti tecnici nei prossimi anni avrà buone prospettive di trovare lavoro, in tempi brevi, con un diploma immediatamente spendibile nell'ambito delle professioni tecniche.

La specializzazione tecnica superiore

Dopo il completamento degli studi secondari, i diplomati degli istituti tecnici avranno l'opportunità, oltre all'inserimento nel mondo del lavoro e all'iscrizione all'università, di:

- iscriversi a percorsi brevi di 800/1000 ore per conseguire una specializzazione tecnica superiore (IFTS) per rispondere ai fabbisogni formativi del territorio;
- iscriversi a percorsi biennali per conseguire un diploma di tecnico superiore nelle aree tecnologiche più avanzate presso gli Istituti Tecnici Superiori (ITS).





3.2 Profili e competenze in uscita, piani di studio e orari

3.2.1 Profilo dei percorsi del settore economico

Il profilo dei percorsi del settore economico si caratterizza per la cultura tecnico-economica riferita ad ampie aree: l'economia, l'amministrazione delle imprese, la finanza, il marketing, l'economia sociale e il turismo.

Gli studenti, a conclusione del percorso di studio, conoscono le tematiche relative ai macrofenomeni economico-aziendali, nazionali ed internazionali, alla normativa civilistica e fiscale, ai sistemi aziendali, anche con riferimento alla previsione, organizzazione, conduzione e controllo della gestione, agli strumenti di marketing, ai prodotti/servizi turistici.

In particolare, sono in grado di:

- analizzare la realtà e i fatti concreti della vita quotidiana ed elaborare generalizzazioni che aiutino a spiegare i comportamenti individuali e collettivi in chiave economica;
- riconoscere la varietà e lo sviluppo storico delle forme economiche, sociali e istituzionali attraverso le categorie di sintesi fornite dall'economia e dal diritto;
- riconoscere l'interdipendenza tra fenomeni economici, sociali, istituzionali, culturali e la loro dimensione locale/globale;
- analizzare, con l'ausilio di strumenti matematici e informatici, i fenomeni economici e sociali;
- orientarsi nella normativa pubblicistica, civilistica e fiscale;
- intervenire nei sistemi aziendali con riferimento a previsione, organizzazione, conduzione e controllo di gestione;
- utilizzare gli strumenti di marketing in differenti casi e contesti;
- distinguere e valutare i prodotti e i servizi aziendali, effettuando calcoli di convenienza per individuare soluzioni ottimali;
- agire nel sistema informativo dell'azienda e contribuire sia alla sua innovazione sia al suo adeguamento organizzativo e tecnologico;
- elaborare, interpretare e rappresentare efficacemente dati aziendali con il ricorso a strumenti informatici e software gestionali;
- analizzare i problemi scientifici, etici, giuridici e sociali connessi agli strumenti culturali acquisiti.



INDIRIZZI, PROFILI E QUADRI ORARI DEL SETTORE ECONOMICO

Il settore economico si articola nei seguenti indirizzi:

- a. **Amministrazione, Finanza e Marketing** (indirizzo generale)
 Articolazioni: "Relazioni internazionali per il marketing"
 "Sistemi informativi aziendali"
- b. **Turismo**

Quadro Orario

ATTIVITÀ E INSEGNAMENTI GENERALI COMUNI AGLI INDIRIZZI DEL SETTORE ECONOMICO

DISCIPLINE	ore				
	1° biennio		2° biennio		5° anno
			2° biennio e 5° anno costituiscono un percorso formativo unitario		
	1°	2°	3°	4°	5°
Lingua e letteratura italiana	132	132	132	132	132
Lingua inglese	99	99	99	99	99
Storia	66	66	66	66	66
Matematica	132	132	99	99	99
Diritto ed economia	66	66			
Scienze integrate (Scienze della Terra e Biologia)	66	66			
Scienze motorie e sportive	66	66	66	66	66
Religione cattolica o attività alternative	33	33	33	33	33
Totale ore annue di attività e insegnamenti generali	660	660	495	495	495
Totale ore annue di attività e insegnamenti di indirizzo	396	396	561	561	561
Totale complessivo ore annue	1.056	1.056	1.056	1.056	1.056

Gli istituti tecnici del settore economico possono prevedere, nel piano dell'offerta formativa, attività e insegnamenti facoltativi di ulteriori lingue straniere nei limiti del contingente di organico loro assegnato ovvero con l'utilizzo di risorse comunque disponibili per il potenziamento dell'offerta formativa.





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.

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.

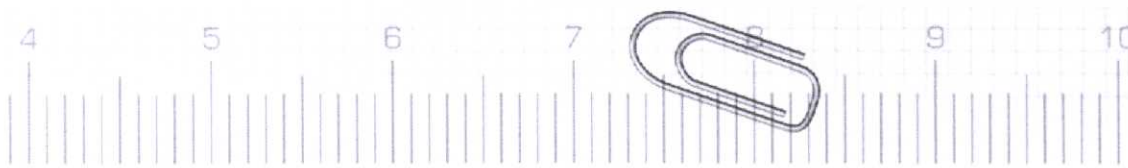
Nell'articolazione "Relazioni internazionali per il marketing", il profilo si caratterizza per il riferimento sia all'ambito della comunicazione aziendale con l'utilizzo di tre lingue straniere e appropriati strumenti tecnologici, sia alla collaborazione nella gestione dei rapporti aziendali nazionali e internazionali riguardanti differenti realtà geo-politiche e vari contesti lavorativi.

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 Amministrazione, Finanza e Marketing consegue i risultati di apprendimento 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 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. 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.

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.





0

1

2

3

3**I NUOVI ISTITUTI TECNICI**

Quadro Orario

AMMINISTRAZIONE, FINANZA E MARKETING: ATTIVITÀ E INSEGNAMENTI OBBLIGATORI

DISCIPLINE	ore				
	1° biennio comune alle diverse articolazioni		2° biennio		5° anno
	1°	2°	2° biennio e 5° anno costituiscono un percorso formativo unitario		
		3°	4°	5°	
Scienze integrate (Fisica)	66				
Scienze integrate (Chimica)		66			
Geografia	99	99			
Informatica	66	66			
Seconda lingua comunitaria	99	99			
Economia aziendale	66	66			
Totale ore annue di indirizzo	396	396			
AMMINISTRAZIONE, FINANZA E MARKETING					
Informatica			66	66	
Seconda lingua comunitaria			99	99	99
Economia aziendale			198	231	264
Diritto			99	99	99
Economia politica			99	66	99
Totale ore annue di indirizzo			561	561	561
Totale complessivo ore annue	1.056	1.056	1.056	1.056	1.056
ARTICOLAZIONE "RELAZIONI INTERNAZIONALI PER IL MARKETING"					
Seconda lingua comunitaria			99	99	99
Terza lingua straniera			99	99	99
Economia aziendale e geo-politica			165	165	198
Diritto			66	66	66
Relazioni internazionali			66	66	99
Tecnologie della comunicazione			66	66	
Totale ore annue di indirizzo			561	561	561
ARTICOLAZIONE "SISTEMI INFORMATIVI AZIENDALI"					
Seconda lingua comunitaria			99		
Informatica			132	165	165
Economia aziendale			132	231	231
Diritto			99	99	66
Economia politica			99	66	99
Totale ore annue di indirizzo			561	561	561
<i>di cui, in compresenza con l' insegnante tecnico pratico</i>					297*

* L'attività didattica di laboratorio caratterizza gli insegnamenti dell'area di indirizzo dei percorsi degli istituti tecnici; le ore indicate con asterisco sono riferite alle attività di laboratorio che prevedono la compresenza degli insegnanti tecnico-pratici. Le istituzioni scolastiche, nell'ambito della loro autonomia didattica e organizzativa, possono programmare le ore di compresenza nell'ambito del complessivo triennio sulla base del relativo monte ore.



INDIRIZZO "TURISMO"

Profilo

Il Diplomato nel **Turismo** ha competenze specifiche nel comparto delle imprese del settore turistico e competenze generali nel campo dei macrofenomeni economici nazionali ed internazionali, della normativa civilistica e fiscale, dei sistemi aziendali. Interviene nella valorizzazione integrata e sostenibile del patrimonio culturale, artistico, artigianale, enogastronomico, paesaggistico ed ambientale. 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 turistica inserita nel contesto internazionale.

È in grado di:

- gestire servizi e/o prodotti turistici con particolare attenzione alla valorizzazione del patrimonio paesaggistico, artistico, culturale, artigianale, enogastronomico del territorio;
- collaborare a definire con i soggetti pubblici e privati l'immagine turistica del territorio e i piani di qualificazione per lo sviluppo dell'offerta integrata;
- utilizzare i sistemi informativi, disponibili a livello nazionale e internazionale, per proporre servizi turistici anche innovativi;
- promuovere il turismo integrato avvalendosi delle tecniche di comunicazione multimediale;
- intervenire nella gestione aziendale per gli aspetti organizzativi, amministrativi, contabili e commerciali.

A conclusione del percorso quinquennale, il diplomato nell'indirizzo **Turismo** consegue i risultati di apprendimento di seguito specificati in termini di competenze.

1. 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.
2. Individuare e accedere alla normativa pubblicitaria, civilistica, fiscale con particolare riferimento a quella del settore turistico.