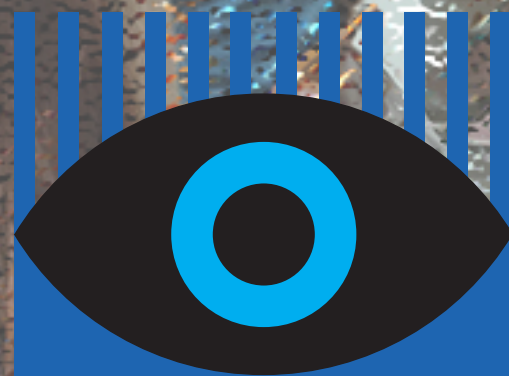


il cuoibra PMP



Settore economico



I.I.S.S. PRINCIPESSA MARIA PIA
Taranto 1923

I.I.S.S. "PRINCIPESSA MARIA PIA"

Amministrazione finanza e marketing cinque anni

L'indirizzo Settore economico

Amministrazione, finanza e marketing
forma professionisti capaci di gestire
le attività amministrative, finanziarie
e di marketing all'interno di aziende
e organizzazioni.

Le principali caratteristiche sono:

- Amministrazione e contabilità:
gestione delle risorse finanziarie,
bilanci e documenti contabili.
 - Finanza: analisi e gestione
delle risorse economiche,
investimenti e operazioni bancarie.
 - Marketing: studio del mercato,
strategie promozionali e pubblicitarie
per aumentare le vendite e
la visibilità dell'azienda.
 - Gestione d'impresa: competenze
per organizzare e dirigere attività
aziendali e commerciali.
- Il percorso prepara sia per l'ingresso
nel mondo del lavoro
(come contabile, impiegato
amministrativo, marketing manager)
sia per proseguire
gli studi universitari
in economia, marketing o
gestione aziendale.

area comune	I	II	III	IV	V
lingua e lett. italiana	4	4	4	4	4
lingua inglese	3	3	3	3	3
storia, cittadin. e costit.	2	2	2	2	2
matematica	4	4	3	3	3
diritto ed economia	2	2	-	-	-
scienze integrate					
(s. della terra e biologia)	2	2	-	-	-
scienze motorie e spor.	2	2	2	2	2
r.c. o attività alternative	1	1	1	1	1
ore di area comune	20	20	15	15	15
area di indirizzo	I	II	III	IV	V
scienze integrate (fisica)	2	-	-	-	-
scienze integrate (chim.)	-	2	-	-	-
geografia	3	3	-	-	-
informatica	2	2	2	2	-
seconda lingua comun.	3	3	3	3	3
economia aziendale	2	2	6	7	8
diritto	-	-	3	3	3
economia politica	-	-	3	2	3
ore di area di indirizzo	12	12	17	17	17
ore settimanali	32	32	32	32	32
di cui annualmente	I	II	III	IV	V
educazione civica	33	33	33	33	33
orientamento	-	-	30	30	30
FSL	-	-	50	50	50

Relazioni internazionali per il marketing cinque anni

Forma professionisti

in grado di gestire e promuovere
le attività aziendali in un contesto
globale.

Le principali caratteristiche sono:

- Marketing internazionale:
studio delle strategie per
promuovere prodotti e servizi
in mercati esteri.
 - Relazioni internazionali:
gestione dei rapporti
con aziende e istituzioni
di altri paesi.
 - Economia globale:
analisi dei mercati internazionali
e delle dinamiche economiche
globali.
 - Comunicazione interculturale:
sviluppo di competenze
per interagire con culture diverse e
gestire la comunicazione aziendale
a livello internazionale.
- Questo indirizzo prepara gli studenti
a lavorare in aziende che operano
a livello globale, occupandosi
di marketing, export, import e
gestione delle relazioni
internazionali, con opportunità
di proseguire gli studi
in economia internazionale,
marketing globale o
comunicazione interculturale.

area comune	I	II	III	IV	V
lingua e lett. italiana	4	4	4	4	4
lingua inglese	3	3	3	3	3
storia, cittadin. e costit.	2	2	2	2	2
matematica	4	4	3	3	3
diritto ed economia	2	2	-	-	-
scienze integrate					
(s. della terra e biologia)	2	2	-	-	-
scienze motorie e sport.	2	2	2	2	2
r.c. o attività alternative	1	1	1	1	1
ore di area comune	20	20	15	15	15
area di indirizzo	I	II	III	IV	V
scienze integrate (fisica)	2	-	-	-	-
scienze integrate (chim.)	-	2	-	-	-
geografia	3	3	-	-	-
informatica	2	2	-	-	-
economia aziendale	2	2	-	-	-
seconda lingua comun.	3	3	3	3	3
terza lingua straniera	-	-	3	3	3
ec. aziendale e geopolit.	-	-	5	5	6
diritto	-	-	2	2	2
relazioni internazionali	-	-	2	2	3
tecnologie della comun.	-	-	2	2	-
ore di area di indirizzo	12	12	17	17	17
ore settimanali	32	32	32	32	32
di cui annualmente	I	II	III	IV	V
educazione civica	33	33	33	33	33
orientamento	-	-	30	30	30
FSL	-	-	50	50	50

Relazioni internazionali per il marketing, la comunicazione e l'internazionalizzazione aziendale quattro anni

È un percorso 4+2 che forma
professionisti in grado di gestire
il marketing e la comunicazione
a livello globale. L'utilizzo di
metodologie didattiche innovative
facilita il raggiungimento delle
competenze in uscita.

La collaborazione con l'ITS
Academy Puglia Marketing &
Design PU.MA durante l'intero
corso di studi permette di acquisire
le competenze richieste ai fini di
una proficua prosecuzione
degli studi nel percorso "4+2".
A partire dal secondo anno ci si
potrà avvalere degli spazi didattici
riservati alla FSL da svolgere
all'interno delle aziende partner.
Le discipline oggetto di studio nel
corso quadriennale trovano il loro
naturale sbocco nella figura
professionale di Tecnologo sales
manager omnichannel, capace di
gestire e monitorare le attività di
vendita in una logica omnichannel,
ottimizzando le performance della
piattaforma e-commerce e
integrandole con la forza dei canali
fisici, grazie alla combinazione
di competenze tecniche,
strategiche e relazionali.
Al termine del percorso si consegue
un Diploma di Tecnico superiore
per il marketing, la comunicazione
e l'internazionalizzazione delle
imprese, corrispondente al V livello EQF.

area comune	I	II	III	IV
lingua e lett.italiana	5	5	5	5
lingua inglese	4	3	4	4
storia, citt.. e costit.	3	3	2	2
matematica	5	4	4	4
diritto ed economia	2	2	-	-
scienze integrate	2	2	-	-
scienze mot.e sportive	3	3	2	2
r.c. o attività alternative	2	1	1	1
ore di area comune	26	23	18	18
area di indirizzo	I	II	III	IV
scienze integrate (fisica)	2	-	-	-
scienze integrate (chim.)	-	2	-	-
geografia	3	3	-	-
informatica	2	2	-	-
economia aziendale	2	4	-	-
seconda lingua	4	3	4	4
terza lingua straniera	1	2	3	3
ec. aziendale e geop.	-	-	7	7
diritto	-	-	3	3
relazioni internazionali	-	1	3	3
tecnologie della comun.	-	-	2	2
ore di area di indirizzo	14	17	22	22
ore settimanali	40	40	40	40
di cui sei ore settimanali in compresenza				
ore settimanali effettive	34	34	34	34
di cui annualmente	I	II	III	IV
educazione civica	33	33	33	33
orientamento	-	30	30	30
FSL	-	50	50	50