



Piano Triennale Offerta Formativa

Istituto Paritario "Leonardi"

Triennio 2022-2025

Il Piano Triennale dell'Offerta Formativa della scuola Istituto Paritario "Leonardi" è stato elaborato dal collegio dei docenti nella seduta del 20/12/2021 sulla base dell'atto di indirizzo del dirigente prot. 447 del 07/09/2020 ed è stato approvato dal Consiglio di Istituto nella seduta del 27/12/0021 con delibera n. 1

*Anno scolastico di predisposizione:
2021/22*

*Periodo di riferimento:
2022-2025*



INDICE SEZIONI PTOF

LA SCUOLA E IL SUO CONTESTO

1.1. Analisi del contesto e dei bisogni del territorio

LE SCELTE STRATEGICHE

2.1. Priorità strategiche e priorità finalizzate al miglioramento degli esiti

L'OFFERTA FORMATIVA

3.1. Insegnamenti attivati

ORGANIZZAZIONE

4.1. Organizzazione

LA SCUOLA E IL SUO CONTESTO

ANALISI DEL CONTESTO E DEI BISOGNI DEL TERRITORIO

L'azione della scuola, in generale, si svolge all'interno di una rete di rapporti che lega in un sistema di scambi l'economia, l'assetto sociale e quello politico.

L' Istituto paritario Leonardi intende perseguire intenzionalmente ed in modo progettuale il collegamento con la realtà economica e sociale del territorio nel quale svolge la sua attività di istruzione e di formazione nel pieno rispetto, in particolare, dei principi enunciati dalla L. 107 del 13 luglio 2015, art.3, c.2 e precisamente:

1. Coerenza con gli obiettivi generali ed educativi dei diversi tipi ed indirizzi di studio determinati a livello nazionale
2. Rispondenza alle esigenze del contesto culturale, sociale ed economico della realtà locale
3. Aderenza ai criteri di programmazione territoriale dell'offerta formativa

Il bacino di utenza dell'Istituto è costituito dai Comuni situati nel comprensorio umbro.

Tutto il territorio è stato lungamente caratterizzato da un'economia basata essenzialmente sul

settore agricolo ed artigianale. Questa caratterizzazione si è mantenuta fino a quando, sia a livello nazionale che locale, sono state assunte varie iniziative per adeguare il territorio alle richieste sempre più pressanti provenienti dal settore del commercio e dell' industria, che, a partire dagli anni settanta, hanno completamente trasformato l'originario assetto economico e sociale. A partire dagli anni novanta la situazione occupazionale nell'area di riferimento ha raggiunto livelli di vera e propria emergenza. Al processo di stagnazione economica è conseguito il fenomeno della disoccupazione che ha influito non solo sulle prospettive di crescita economica, ma anche sulla stessa convivenza civile e sui rapporti sociali. Attualmente il bacino di utenza servito dalla scuola mostra una struttura occupazionale variegata, anche

se

la struttura occupazionale appare in generale rigida e ristretta, con conseguente presenza di lavoratori che si offrono sul mercato del lavoro con poche prospettive di incontrare una domanda corrispondente. Il tutto, naturalmente, come riflesso di una crisi economica e sociale persistente a livello nazionale, accresciuta anche dalla pandemia ancora in corso, cui il territorio di riferimento non appare immune.

In tale contesto, i bisogni dell'utenza attengono prioritariamente alla necessità di privilegiare attività concernenti lo sviluppo e l'acquisizione delle abilità di base e chiave di cittadinanza nel primo biennio, anche in relazione a percorsi scolastici problematici compiuti da molti studenti nel corso della loro precedente esperienza scolastica.

Nel secondo biennio essi riguardano il consolidamento e il potenziamento delle acquisizioni precedenti, la strutturazione di un valido metodo di studio, l'integrazione nella comunità sociale, a partire da quella scolastica e la motivazione all'apprendimento.

E' riservato al curriculum per il monoennio finale la costruzione di una specifica professionalità, incentrata su parametri di flessibilità e di aderenza alle prospettive dell'inserimento nel mondo produttivo e sociale con la finalizzazione del conseguimento del diploma. Non escludendo tuttavia il proseguimento degli studi nel settore terziario del sistema scolastico nazionale.

L'Istituto si propone dunque di formare persone responsabili, consapevoli di sé e del mondo esterno, in possesso, oltre che di una adeguata e rinforzata cultura di base, di specifiche competenze tecniche e professionali che rispondano, grazie ad una preparazione duttile e flessibile, sia alle eventuali richieste provenienti dal mercato del lavoro, sia alla possibilità di affrontare ipotetici futuri percorsi accademici.

Nell'ambito di tutto ciò, l'utenza esprime in certi casi anche il bisogno di provvedere al recupero degli anni scolastici vissuti criticamente in anni passati e ri-orientare le scelte compiute da alcuni studenti in altri istituti e per altri indirizzi di studio, nel rispetto e secondo quanto previsto dalla normativa nazionale specifica.

LE SCELTE STRATEGICHE

PRIORITÀ STRATEGICHE E PRIORITÀ FINALIZZATE AL MIGLIORAMENTO DEGLI ESITI

ASPETTI GENERALI

L' Istituto LEONARDI è riconosciuto scuola paritaria nell'anno scolastico 2015/16, nel settore tecnico-economico per l'indirizzo "Amministrazione Finanza Marketing".

Pertanto non dispone di uno storico significativo relativamente a dati da utilizzare per alcuni elementi utili ai processi di autovalutazione.

PRIORITÀ E TRAGUARDI DI MIGLIORAMENTO

Risultati Scolastici

Priorità

Migliorare i risultati scolastici, in particolare in uscita dall'Istituto

Traguardi

Confronto tra i voti numerici dei vari anni per gli studenti in uscita dall' Istituto

Competenze Chiave Europee

Priorità

Migliorare i comportamenti degli studenti, in particolare nell'acquisizione delle competenze sociali e civiche

Traguardi

Definizione di modalità più adeguate, di più opportuni strumenti valutativi e appropriati interventi didattici per la priorità indicata

Risultati A Distanza

Priorità

Indagare gli effetti dei risultati a seguito del conseguimento del diploma finale, in ordine agli sviluppi registrati nel sistema terziario dell'istruzione o nel mondo produttivo e del lavoro

Traguardi

Messa in atto di una struttura interna di indagini degli studenti usciti dall'Istituto nell'anno precedente

L'OFFERTA FORMATIVA

INSEGNAMENTI ATTIVATI

L' OFFERTA FORMATIVA CURRICOLARE

PROFILO PROFESSIONALE E QUADRO ORARIO

Premessa

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 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.

Il profilo del Corso di Studi di Amministrazione, Finanza e Marketing

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, 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.

A conclusione del percorso quinquennale il Diplomato nell'indirizzo "Amministrazione, finanza e marketing" consegue i risultati in termini di competenze:

- 1) Riconosce e interpreta le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali anche per coglierne le ripercussioni in un dato contesto; i macro fenomeni 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) Individua e accede alla normativa pubblicitaria, civilistica e fiscale con particolare riferimento alle attività aziendali.
- 3) Interpreta i sistemi aziendali nei loro modelli, processi e flussi informativi con riferimento alle differenti tipologie di imprese.
- 4) Riconosce i diversi modelli organizzativi aziendali, documenta le procedure e ricercare soluzioni efficaci rispetto a situazioni date.
- 5) Individua le caratteristiche del mercato del lavoro e collabora alla gestione delle risorse umane.
- 6) Gestisce il sistema delle rilevazioni aziendali con l'ausilio di programmi di contabilità integrata.
- 7) Applica i principi e gli strumenti della programmazione e del controllo di gestione,

analizzandone i risultati.

8) Inquadra l'attività di marketing nel ciclo di vita dell'azienda e realizza applicazioni con riferimento a specifici contesti e diverse politiche di mercato.

9) Si orienta nel mercato dei prodotti assicurativo-finanziari, anche per collaborare nella ricerca di soluzioni economicamente vantaggiose.

10) Utilizza i sistemi informativi aziendali e gli strumenti di comunicazione integrata d'impresa, per realizzare attività comunicative.

Gli studenti, sfruttando l'apporto specifico dell'interdisciplinarietà e della multidisciplinarietà, acquisiranno le conoscenze e, quindi, svilupperanno le competenze generali nell'analisi dei fenomeni nazionali ed internazionali da un punto di vista macroeconomico, arricchendo tali conoscenze e competenze con quelle inerenti la normativa civilistica e fiscale riguardanti l'organizzazione e la gestione di un'azienda, acquisendo le capacità di miglioramento di un'impresa anche attraverso la conoscenza delle lingue.

Più in dettaglio:

- impareranno a usare metodi, tecniche e strumenti contabili a fini
- sapranno redigere e interpretare documenti amministrativi, finanziari e fiscali
- acquisiranno le capacità per collaborare nelle trattative contrattuali relative alle diverse funzioni aziendali
- sapranno collaborare nell'organizzazione, nella gestione e nel controllo dei processi aziendali
- svilupperanno le competenze per riconoscere e interpretare le tendenze dei mercati, i macro fenomeni economici, le trasformazioni dei sistemi economici nelle diverse etnie
- individueranno e sapranno accedere alle normative fiscali specifiche delle attività di impresa, sapendole distinguere nelle diverse tipologie e nei diversi flussi informativi
- sapranno distinguere tra i diversi modelli aziendali e adattare a questi idonee procedure per

la ricerca di soluzioni efficaci

- impareranno ad occuparsi della gestione delle risorse umane
- sapranno gestire i sistemi di rilevazione aziendale e, quindi, applicare gli strumenti della programmazione e del controllo di gestione

Sul piano organizzativo, il dipartimento può essere la struttura più idonea a sostenere l'integrazione tra le diverse discipline; esso può avere un ruolo di facilitazione del lavoro collegiale dei docenti, soprattutto al fine di collegare organicamente i quattro assi culturali (asse dei linguaggi, matematico, scientifico-tecnologico e storico-sociale) che caratterizzano l'obbligo di istruzione con i risultati di apprendimento attesi.

ISTITUTO TECNICO - AMMINISTRAZIONE FINANZA E MARKETING

A.S 2022/2023 - 2023/2024 -2024/2025

Materie	I	II	III	IV	V	Prove di esami
Religione	1	1	1	1	1	
Lingua e letteratura italiana	4	4	4	4	4	Scritto - Orale
Storia	2	2	2	2	2	Orale
Scienze integrate (Scienze della Terra e Biologia)	2	2				Orale

Scienze integrate (Fisica)	2					Orale
Scienze integrate (Chimica)		2				Orale
Matematica	4	4	3	3	3	Scritto - Orale
Geografia	3	3				Orale
Lingua inglese	3	3	3	3	3	Scritto - Orale
Informatica	2	2	2	2		Orale
Seconda lingua comunitaria	3	3	3	3	3	Scritto - Orale
Economia aziendale	2	2	6	7	8	Scritto - Orale
Diritto ed economia	2	2				Orale
Scienze motorie e sportive	2	2	2	2	2	Orale - Pratico
Diritto			3	3	3	Orale
Economia politica			3	2	3	Orale
Ore totali settimanali	32	32	32	32	32	



--	--	--	--	--	--	--	--





ORGANIZZAZIONE

ORGANIZZAZIONE

PERIODO DIDATTICO: Quadrimestri

FIGURE E FUNZIONI ORGANIZZATIVE

Per assolvere pienamente al suo mandato, la scuola oltre agli organi e alle figure dettati dalla norma, ha un modello organizzativo così strutturato:

Area della Dirigenza: Coordinatore delle attività didattiche, Collaboratore del coordinatore, Consiglio di Istituto presieduto dal Gestore (Direttrice) dell'Istituto.

Area della Didattica: Collegio Docenti, Consigli di Classe

Area della Gestione: Commissione orario, Organizzazione visite guidate e viaggi di istruzione, responsabile comunicazione Web Master



ORGANIZZAZIONE UFFICI E MODALITÀ DI RAPPORTO CON L'UTENZA

ORGANIZZAZIONE UFFICI AMMINISTRATIVI

Ufficio protocollo	Svolge attività di gestione della posta in ingresso ed in uscita
Ufficio per la didattica	Svolge attività di gestione dei fascicoli scolastici degli alunni e di tutta l'organizzazione dell'attività didattica dei Docenti e degli studenti e le richieste individuali: permessi degli studenti, supplenze, assenze dei docenti e degli studenti.
Ufficio amministrativo	Svolge attività amministrativa in diretto rapporto con l'Ente gestore.
Rapporto con l'utenza	L'istituto si qualifica per stretti rapporti con



l'utenza (genitori, tutori e studenti), coinvolgendo frequentemente sia il gestore, sia il coordinatore che i diretti insegnanti.