

PROFILI PROFESSIONALI

La scuola sceglie di attivare percorsi per l'acquisizione dei sotto riportati profili professionali, avvalendosi del supporto di Istituzioni, Enti pubblici e del terzo settore, Agenzie educative, Associazioni di categoria che, tramite accordi e convenzioni si rendono disponibili alla collaborazione. Le attività che si propongono possono avere natura ricorsiva, ma la progettazione sarà soggetta a revisione e sviluppo negli anni, dipendentemente dai bisogni formativi che saranno via via rilevati, in accordo con le necessità del territorio ed in congruità con le leggi di riforma dei percorsi liceali, nonché delle politiche scolastiche di riferimento.

| LICEO DELLE SCIENZE UMANE | | |
|---|---|--|
| MANAGEMENT PER I BENI CULTURALI | | |
| PROFESSIONI | CONTENUTI | ABILITÀ |
| <p>Le principali professionalità museali nelle quattro macroaree di attività secondo il Codice deontologico di ICOM:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ricerca, cura e gestione delle collezioni 2. Amministrazione, finanze, gestione delle risorse umane e delle relazioni pubbliche 3. Servizi e rapporti con il pubblico 4. Strutture, allestimenti e sicurezza | <p>-Struttura organizzativa di un Museo -Funzioni di tutela, conservazione, ricerca, studio, inventariazione, catalogazione, esposizione e valorizzazione dei reperti -Ruoli e responsabilità degli operatori museali:</p> | <p>-Interpretare l'identità e la missione del museo -Delineare un programma di gestione del museo e di attuazione e sviluppo del progetto culturale e scientifico -Inventariare e catalogare collezioni secondo gli standard nazionali che ne garantiscono la pubblica fruizione -Condurre visita guidata dei principali percorsi del museo con opportune modalità comunicative e di mediazione e utilizzo di strumenti funzionali ai diversi destinatari dell'azione educativa -Ideare un progetto educativo di accessibilità fisica, sensoriale, economica e culturale da parte dei diversi pubblici effettivi e potenziali -Garantire servizi di accoglienza e prima informazione al pubblico e operazioni di accesso e di vendita dei materiali promozionali del museo -Curare lo svolgimento di tutte le funzioni di base della biblioteca, con particolare riguardo agli interventi di acquisizione, catalogazione, gestione e valorizzazione delle raccolte librerie -Redigere comunicati stampa su evento promosso e risultati -Progettare piattaforma sito web, graficamente e nei contenuti -Delineare interventi di progettazione necessari per l'allestimento</p> |
| <p>Gestione dei processi educativi</p> | <p>La Relazione educativa Le dinamiche di gruppo Tecniche di mediazione Tecniche educative Teorie dell'apprendimento Teorie della comunicazione Teorie dello sviluppo</p> | <p>Applicare metodi di presa in carico della relazione educativa Applicare tecniche:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ di ascolto attivo ▪ motivazionali ▪ per favorire processi di costruzione del sé ▪ di verifica degli interventi socio-educativi <p>Utilizzare modalità di attivazione della rete attorno ad un progetto individualizzato</p> |

| | | |
|---------------------------------------|--|---|
| | | Applicare tecniche |
| Animatore socio-educativo | <p>Tecniche di animazione e di coinvolgimento</p> <p>Elementi di diritto civile</p> <p>Elementi di diritto della famiglia</p> <p>Elementi di etica nei servizi alla persona</p> <p>Normativa in materia di servizi socio-sanitari</p> <p>Normativa per il funzionamento delle strutture socio-educative</p> <p>Tecniche del lavoro di rete</p> <p>Tecniche di gestione della relazione di aiuto</p> <p>Tecniche di mediazione</p> | <p>Applicare metodi di gestione di luoghi di aggregazione</p> <p>Applicare modalità di coinvolgimento degli attori territoriali: famiglie, servizi, sponsor</p> <p>Applicare tecniche:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ del lavoro di rete di animazione in ambito socio-educativo e teatrale ▪ di ascolto attivo ▪ di comunicazione interpersonale orale ▪ di educazione motoria ▪ di gestione dei conflitti e delle dinamiche di gruppo ▪ di rafforzamento delle relazioni interpersonali <p>Utilizzare strumenti per animazione sociale</p> |
| LICEO ECONOMICO SOCIALE | | |
| MANAGEMENT DELLA GREEN ECONOMY | | |
| Gestione dell'Economia civile | <p>A. In aula</p> <ul style="list-style-type: none"> - richiami a preliminari e indispensabili elementi di chimica, fisica, biologia, matematica; ecologia e ambiente: analisi di fenomeni; - le matrici ambientali: aria, acqua, terra, energia, rifiuti; - uso sostenibile delle risorse e riduzione degli impatti ambientali e sociali <p>B. Sul territorio</p> <ul style="list-style-type: none"> - Percorso formativo presso impianti di trattamento di rifiuti solidi e liquidi - Studio di esempi pratici di fenomeni di riuso e di riciclo - Risoluzione individuale/di gruppo di problemi economici reali, sul modello di pratiche realizzate in Italia e all'estero. | <p>-Contenere nella fase di transizione verso un'economia avanzata di produzione di massa gli effetti negativi in termini di inquinamento</p> <p>- Ideare modelli di sviluppo e nuove opportunità di crescita imprenditoriale in numerosi settori, in primis:</p> <p>a. fornitura di energia da fonti rinnovabili (es. eolico, biomasse, solare, geotermia, idroelettrico, ecc.)</p> <p>b. gestione dei rifiuti (raccolta differenziata e riciclaggio); diversa gestione (e sfruttamento) delle risorse naturali (es, foreste e acqua)</p> <p>- Convertire un modello di sviluppo industriale inquinante in uno più sostenibile, sostituendo al "competere sulla quantità" il "competere sulla qualità":</p> <p>- Determinare l'innalzamento di produttività ed efficienza dalla piccola impresa grazie al supporto che la green economy riesce a fornire alla piccola imprenditoria italiana</p> <p>- Accrescere la quantità di beni disponibili e favorire l'accesso ai mercati della popolazione</p> <p>- Competere con una concorrenza sempre più agguerrita, che si può fronteggiare investendo in qualità, innovazione ed eco-sostenibilità</p> |
| Gestione del riciclo alimentare | <p>A. Formazione d'aula</p> <ul style="list-style-type: none"> - l'alimentazione sostenibile, in considerazione dei molteplici fattori ostativi - modalità di comunicazione efficace | <p>- Gestire pratiche di promozione per un consumo maggiormente sostenibile</p> <p>- Facilitare il ricorso alle risorse alimentari presenti nel territorio, dai prodotti bio, alle "filiera corte"</p> |

| | | |
|----------------------------|---|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> - tecniche e strategie realizzative di campagne di sensibilizzazione B. Attività sul territorio <ul style="list-style-type: none"> - analisi delle emergenze presenti sul territorio per realizzazione di report sugli esercizi aderenti all'iniziativa e sui fruitori del servizio - Presa contatto con esercizi di ristorazione - Acquisizione delle disponibilità destinabili C. Partecipazione alla fase della distribuzione delle eccedenze | <ul style="list-style-type: none"> - Intervenire proficuamente negli ambiti: <ol style="list-style-type: none"> a. Sociale: alimenti raccolti e utilizzati a sostegno di persone in condizione di bisogno, con incremento del livello di empowerment b. Economico: razionalizzazione e ottimizzazione della disponibilità di risorse, incanalando le eccedenze in un circuito virtuoso di risparmio di risorse economiche per le aziende della filiera agro-alimentare aderenti, e sui costi di smaltimento rifiuti. c. Ambientale: minor quantità alimenti ancora edibili nelle discariche = minor inquinamento e maggior beneficio per l'intera comunità dove si opera |
| Gestione dell'impresa | <ul style="list-style-type: none"> - La business idea: descrizione e redazione - La realizzazione d'impresa: elementi e fasi preliminari (logo, nome, scelta della società, adempimenti burocratici) - Mercato obiettivo: sistema distributivo, domande e concorrenza - Piano di produzione, marketing e vendite - Piano delle risorse umane - Piano organizzativo - Pianificazione finanziaria: stima degli investimenti, dei costi e dei ricavi; fabbisogno finanziario; fonti di finanziamento; bilancio previsionale: conto economico, stato patrimoniale, punto di pareggio - Business Plan: redazione del business plan - Organizzazione Aziendale: Consiglio di Amministrazione - Ruoli, compiti e responsabilità all'interno di un'azienda (caso pratico) - Le quattro leve del marketing - Fund raising: strategie - La Contabilità aziendale | <ul style="list-style-type: none"> - Integrare le capacità gestionali e direzionali che derivano dall'acquisizione di strumenti cognitivi tipicamente manageriali - Impiegare il proprio potenziale nella crescita professionale del manager di settore - Progettare e realizzare beni e servizi - Pianificare azioni di marketing strategico ed operativo - Gestire la visibilità e la comunicazione: merchandising, allestimento punti vendita, public speaking - Rinvenire strategie, strumenti e tecniche per l'attività di reperimento fondi; - Redigere scritture contabili e bilanci - Gestire metodi di valutazione qualitativi/quantitativi di beni/servizi |
| LICEO LINGUISTICO | | |
| BUSINESS MANAGEMENT | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Area Unione Europea - Cenni storici - Assetto istituzionale europeo | <ul style="list-style-type: none"> - Intessere e/o rafforzare relazioni a livello territoriale e nazionale - Elaborare piani di internazionalizzazione delle attività |

| | | |
|---|--|---|
| <p>Management nel mondo delle imprese private e delle istituzioni pubbliche</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Fonti del diritto dell'UE - Il diritto materiale dell'Unione europea: il mercato interno e le quattro libertà, il diritto della concorrenza, altri settori d'intervento <ul style="list-style-type: none"> ➤ Area Internazionalizzazione - Globalizzazione dei mercati: tendenze, aree Geopolitiche - Processi di internazionalizzazione delle PMI: il marketing internazionale, cenni sulle dogane, cenni sugli aspetti logistici, cenni sulla contrattualistica - il Piano Export - Strumenti di sostegno all'internazionalizzazione - Rete Enterprise Europe Network della Commissione Europea <ul style="list-style-type: none"> ➤ Area Start UP ed accelerazione d'impresa - Caratteristiche dell'imprenditore - Perché "Fare Impresa" e cultura imprenditoriale - Aspetti giuridici - Business Model Canvas, strumenti al servizio della definizione dell'idea imprenditoriale - Sperimentazione del Business Model You su parte degli studenti partecipanti - Business Plan - Sostegno e finanziamenti per lo Start Up - Cenni di Accelerazione d'impresa | <ul style="list-style-type: none"> - Applicare strategie di interazione con le complessità e le specificità culturali anche estere - Svolgere ruolo ponte tra sistemi economici diversi - Gestire relazioni di carattere economico commerciale, giuridico e culturale - Individuare strategie di mediazione nella trattativa economico-commerciale, nella gestione delle relazioni imprenditoriali e istituzionali, nella proposizione di start-up e joint-venture -Promuovere il sistema Italia grazie all'abilità di interazioni vincenti |
| <p>MANAGEMENT DEL WEB MARKETING</p> | | |
| <p>Gestione del web marketing: web marketing specialist</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Conoscenze di base sugli aspetti tecnologici e comunicativi legati all'utilizzo di Internet: - I principali software informatici <ol style="list-style-type: none"> a. pacchetto office b. HTML c. Wordpress d. Facebook, Linkedin, Google+, You Tube - Tecniche di vendita, marketing e gestione - Concetto di posizionamento di prodotto - Business development | <ul style="list-style-type: none"> - Definire obiettivi e contenuti di un sito - Individuare le forme di comunicazione più idonee: banner, newsletter, posizionamento del sito (key position) - Elaborare servizi in grado di caratterizzare e promuovere il sito Internet del cliente - Ideare concept comunicativi per il posizionamento del prodotto - Sviluppare contenuti testuali o di altro tipo, per il web e per i media tradizionali coerenti con gli obiettivi di direct marketing -Supervisionare parti scritte/ grafiche - Curare messaggi pubblicitari e campagne promozionali |

| | | |
|--|---|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> - Metodiche SEO (On page e Off page) e SEM - Search engine marketing - Search engine optimization - Analisi dei dati e misurazione dei risultati - Tecniche di Social Media Marketing - Glossario dei termini più usati dallo specialista di Web Marketing - Lingua inglese - Legislazione contrattualistica, del commercio elettronico, del lavoro, del settore procedurale e finanziario | <ul style="list-style-type: none"> - Gestire accordi e partnership - Monitorare siti concorrenti - Comparare strategie di mercato on-line - Analizzare le caratteristiche dei visitatori del sito per migliorare presentazioni prodotto e servizi - Implementare la diffusione del brand, aumentando il volume del traffico - Determinare l'aumento del fatturato aziendale |
| MANAGEMENT PER L'EDITORIA | | |
| <p>Gestione dei processi nel campo dell'editoria</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Elementi storici, economici, tecnici ed estetici dell'editoria tradizionale e contemporanea - Scenari dello sviluppo tecnologico, merceologico e di mercato - Impresa e management: concetti introduttivi - Dall'idea imprenditoriale alla sua realizzazione: la prospettiva del business plan - Il mercato e i clienti: analisi e decisioni - Il vantaggio competitivo - Strumenti per valutare la sostenibilità economica del progetto (break-even point, costi unitari, ecc.) - Strategie di crescita dell'impresa - Scelte rilevanti di prezzo, prodotto, distribuzione e comunicazione | <ul style="list-style-type: none"> - Operare efficacemente sia a livelli esecutivi che manageriali all'interno dell'industria editoriale cartacea e digitale - Padroneggiare in autonomia l'intero ciclo produttivo di un prodotto editoriale: dall'analisi preventiva del mercato alle strategie di marketing e comunicazione, dal budgeting e dalla verifica di sostenibilità di un progetto alle scelte stilistiche ed estetiche, dalla creazione e revisione dei contenuti agli aspetti di produzione e distribuzione del prodotto - Realizzare un prodotto tramite software professionali, ad elaborare un testo o un'immagine |