

## VERSO LE PROFESSIONI DEL FUTURO PROPOSTA CURVATURA “DIGITAL MARKETING”

L'indirizzo Tecnico Economico, da sempre spina dorsale della parte produttiva del Paese, necessita di poter promuovere un'offerta formativa in grado di fornire quelle figure professionali altamente qualificate che il moderno mercato del lavoro richiede.

Si tratta di un percorso che mira a fornire una preparazione di base multidisciplinare finalizzata alla comprensione, all'analisi e all'utilizzo degli strumenti della comunicazione moderna in tutte le sue dimensioni: pubblicità, marketing, comunicazione d'impresa, e-commerce con l'obiettivo ambizioso e attualissimo di favorire in modo particolare lo sviluppo di competenze legate al marketing digitale e a, chiaramente, al mondo dei social media.

La curvatura **Digital Marketing** è applicata all'articolazione **Amministrazione, Finanza e Marketing**; operando piccole modifiche su determinate discipline a vantaggio di altre, si è inteso orientare un corso già attivo e funzionante verso il “**digital marketing**”, onde favorire la formazione di una figura professionale legata alla promozione di beni, prodotti e servizi sul territorio nazionale e internazionale. In tale ottica, vengono potenziate le lingue straniere e l'informatica introducendo delle compresenze e anche una diversa distribuzione dei contenuti tra le seguenti discipline: Economia aziendale, Diritto ed Economia politica mantenendo le **32 ore** settimanali già previste per l'istituto Tecnico Economico.

Il settore digitale è sempre più strategico in termini di formazione, e le figure professionali più ricercate sono quelle legate al web marketing, al social media marketing ed e-commerce. Tutto ciò richiede l'acquisizione di nuove e specifiche competenze, non solo per poter gestire al meglio i nuovi strumenti tecnologici e digitali ma anche per farsi trovare preparati dal mercato del lavoro. Il percorso prevede una diversa articolazione e rimodulazione del piano di studi con un incremento particolare delle ore dedicate all'informatica (digital marketing al triennio), svolta anche in compresenza con le lingue straniere e con l'economia aziendale.

### DIDATTICA DEL CORSO

Al termine del percorso di studi lo studente avrà acquisito:

- capacità di affrontare le innovazioni giuridiche, organizzative ed economiche determinate dallo sviluppo e dalla diffusione dei fenomeni comunicativi;
- competenze metodologiche per la valutazione e l'azione sui processi della comunicazione, attraverso discipline informatiche e attinenti ai mass media;
- competenze di base sulla comunicazione e sull'interpretazione dei processi comunicativi dal punto di vista socio-antropologico, storico-filosofico e sociologico;
- competenze linguistiche per l'analisi, la gestione e la produzione di testi, in particolare curando la capacità di utilizzare in maniera molto efficace la lingua italiana, anche nell'ambito istituzionale e in quello, assai rilevante, pubblicitario;
- padronanza delle lingue straniere per lo scambio di informazioni scritte e orali nei settori di specifica competenza.

### Curvatura “Digital WEB Marketing”

Per capire il mondo aziendale e come promuovere un brand attraverso uno o più canali digitali.

Cos'è

La nuova curvatura “Digital Web Marketing” nasce in considerazione del fatto che il settore digitale è sempre più strategico in termini di formazione e le figure professionali ricercate sono tantissime. Nell'era del web e dei social, le aziende hanno capito che il canale digitale porta loro traffico e

profitto, infatti i lavori più richiesti sono proprio quelli legati al web marketing, al social media marketing ed e-commerce. Questo richiede l'acquisizione di nuove competenze per poter gestire al meglio i nuovi strumenti tecnologici e digitali.

A cosa serve

Con l'ampliamento della formazione sul "Digital Web Marketing" si sviluppano le competenze su tutte quelle attività di promozione di un brand e di commercializzazione di prodotti e servizi attraverso uno o più canali digitali, considerando che gli strumenti offerti da Internet di cui si avvale il Digital Marketing sono:

- **SEO** (Search Engine Optimization) e UX (User Experience).

La Search Engine Optimization comprende quelle attività di ottimizzazione delle performance del tuo sito in termini di visibilità organica e posizionamento per i motori di ricerca.

- **Content Marketing.**

Il Content marketing comprende tutte quelle attività di creazione e distribuzione di contenuti come blog e articoli.

- **Social Media Marketing** (SMM).

Il Social Media Marketing riguarda quelle attività di promozione di prodotti, servizi e brand attraverso social network che permettono l'interazione diretta tra utente e azienda.

- Email Marketing o Direct Email Marketing (DEM).

L'email marketing consiste nell'invio di e-mail e newsletter come mezzo per comunicare direttamente con i tuoi lead e prospect a fini commerciali e di fidelizzazione.

- **Mobile Marketing.**

Il mobile marketing comprende quelle attività di marketing multicanale destinate a raggiungere il pubblico direttamente su dispositivo mobile come smartphone e tablet. Si avvale di strumenti come Siti Web Responsive

- Adword.

Inserimento di spazi pubblicitari all'interno delle pagine di ricerca di Google

## **SBOCCHI PROFESSIONALI**

Per il diplomato "ragioniere" con curvatura 'Digital Web Marketing' il mercato del lavoro presenta, tra l'altro, professioni emergenti e in forte espansione quali:

- **Il Content Manager**, che si occupa del processo di ideazione, realizzazione, pubblicazione e aggiornamento di contenuti di vario tipo in ambito web e social.
- **Il Web Analyst** che gestisce l'analisi dei dati che è ormai parte integrante del business di diverse aziende e la figura del Web Analyst è sempre più centrale;
- **Il Digital PR** che si occupa di promuovere, valorizzare e creare community su servizi, prodotti ed aziende;
- **L'e-commerce specialist**, che gestisce le vendite online di uno o più negozi digitali, seguendo le strategie di vendita;
- **Il Digital Media Planner**, che conosce tutti gli strumenti e le attività del digital marketing e si occupa di identificare e gestire i canali digitali più adeguati al cliente.

## CONFRONTO PIANO ORARIO AFM E CURVATURA “DIGITAL MARKETING”

| Amministrazione finanza e marketing                                        | AFM |    |     |    |    | AFM CURVATURA DIGITAL |     |     |
|----------------------------------------------------------------------------|-----|----|-----|----|----|-----------------------|-----|-----|
|                                                                            |     |    |     |    |    |                       |     |     |
| Discipline                                                                 | I   | II | III | IV | V  | III                   | IV  | V   |
| Italiano                                                                   | 4   | 4  | 4   | 4  | 4  | 4                     | 4   | 4   |
| Storia                                                                     | 2   | 2  | 2   | 2  | 2  | 2                     | 2   | 2   |
| Matematica                                                                 | 4   | 4  | 3   | 3  | 3  | 3                     | 3   | 3   |
| Inglese                                                                    | 3   | 3  | 3   | 3  | 3  | 3                     | 3   | 3   |
| II Lingua comunitaria                                                      | 3   | 3  | 3   | 3  | 3  | 3                     | 3-1 | 3   |
| Economia aziendale                                                         | 2   | 2  | 6   | 7  | 8  | 6-1                   | 7-1 | 8-1 |
| Diritto ed economia                                                        | 2   | 2  |     |    |    |                       |     |     |
| Diritto                                                                    |     |    | 3   | 3  | 3  | 3-1                   | 3   | 3   |
| Economia Politica                                                          |     |    | 3   | 2  | 3  | 2                     | 2   | 3   |
| Geografia                                                                  | 3   | 3  |     |    |    |                       |     |     |
| Informatica e tecnologia della comunicazione digitale                      | 2   | 2  | 2   | 2  |    |                       |     |     |
| Tecnologie della comunicazione, progettazione multimediale e web Marketing |     |    |     |    |    | 2+2                   | 2+2 | 1   |
| Potenziamento/Compresenza Econ. Aziendale                                  |     |    |     |    |    | 1                     | 1   |     |
| Potenziamento/Compresenza Inglese                                          |     |    |     |    |    | 1                     | 1   |     |
| Scienze della terra                                                        | 2   | -  |     |    |    |                       |     |     |
| Fisica                                                                     | 2   | -  |     |    |    |                       |     |     |
| Chimica                                                                    | -   | 2  |     |    |    |                       |     |     |
| Biologia                                                                   | -   | 2  |     |    |    |                       |     |     |
| Scienze motorie                                                            | 2   | 2  | 2   | 2  | 2  | 2                     | 2   | 2   |
| Religione o M.A                                                            | 1   | 1  | 1   | 1  | 1  | 1                     | 1   | 1   |
|                                                                            |     |    |     |    |    |                       |     |     |
| Totale                                                                     | 32  | 32 | 32  | 32 | 32 | 32                    | 32  | 32  |

Classe 3 cedono: 1 ora Economia aziendale e 1 ora Diritto

Classe 4 cedono: 1 ora Francese e 1 ora Economia aziendale

Classe 5 cede: 1 ora Economia aziendale

N° 5 ore di Digital Marketing nel triennio

N° 2 ore di compresenza di Economia aziendale e 2 di Inglese da “prelevare” dalle ore di potenziamento.

N.B. Le discipline che cedono le ore a DIGITAL MARKETING (INFORMATICA), possono essere modificate senza creare situazioni di soprannumero.

### COMPETENZE IN USCITA- AFM DIGITAL MARKETING

Il diplomato in “Amministrazione Finanza e Marketing- Curvatura Digital Marketing” integra le competenze proprie dell’indirizzo con la cura, la gestione e la presenza in rete del brand aziendale; si occupa del target di riferimento sui social; utilizza strumenti digitali innovativi a sostegno della comunicazione aziendale.

Con l'ampliamento della formazione sul "Digital Marketing" acquisisce le seguenti ulteriori competenze:

- realizzare prodotti e servizi multimediali (es. campagna marketing o studio di mercato)
- promuovere la pubblicità e la vendita online dei prodotti aziendali anche in lingua straniera
- creare o modificare e-content come testi, immagini, video, presentazioni
- creare anche mediante strumenti digitali un piano d’azione per il raggiungimento degli obiettivi aziendali

- valutare in maniera critica le informazioni reperite in rete riconoscendo fake news, valutando le fonti, distinguendo i fatti dalle opinioni
- evitare illeciti amministrativi derivanti dalla violazione di norme giuridiche che regolamentano la privacy e la gestione dei dati personali e dell'identità digital

## QUOTE AUTONOMIA

La nota del MI n. 14603/2022, tra le altre cose, fornisce chiarimenti in merito all'utilizzo delle quote di autonomia dei curricula nelle scuole secondarie di secondo grado, indicando che le predette istituzioni scolastiche possono utilizzare le quote di autonomia dei curricula:

- per potenziare gli insegnamenti obbligatori per tutti gli studenti, con particolare riferimento alle attività di laboratorio;
- per attivare ulteriori insegnamenti, finalizzati al raggiungimento degli obiettivi previsti dal PTOF.

Nello specifico:

Per gli istituti tecnici e professionali, nei limiti dell'organico dell'autonomia ad essi assegnato, la quota di autonomia è determinata in base all'orario complessivo delle lezioni del primo biennio e del complessivo triennio, tenuto conto delle richieste degli studenti e delle loro famiglie e fermo restando che ciascuna disciplina non può essere decurtata per più del 20% del monte ore previsto dal quadro orario;

L'utilizzo delle suddette quote di autonomia dei curricula, si precisa nella nota del MI, **non deve determinare esuberi di personale.**

Le variazioni all'organico dell'autonomia, relative alle succitate quote, sono effettuabili prendendo in considerazione i contributi orari dei singoli indirizzi, che il sistema SIDI riporta distinti, tuttavia le ore variate comportano la modifica del totale delle cattedre interne e delle ore residue calcolati a livello di autonomia scolastica. Conseguentemente, i Dirigenti scolastici effettuano le variazioni in esame attraverso la funzione **"rettifica ore residue per flessibilità didattica"**, prestando attenzione a **non creare situazioni di soprannumero** modificando cattedre interne che siano composte da contributi orari provenienti da indirizzi diversi.