



**ISTITUTO TECNICO ECONOMICO  
L. AMABILE**

Via De Concilii, 13; Via Morelli e Silvati - 83100 AVELLINO

TEL 0825.1643244 – Fax 08251643242

E-mail: [avtd03000b@istruzione.it](mailto:avtd03000b@istruzione.it)

Pagina Web: [www.iteamamabile.gov.it](http://www.iteamamabile.gov.it)

Codice Meccanografico: AVTD03000B

**a.s. 2016/2017**

**PRESENTAZIONE PROGETTO DI ALTERNANZA SCUOLA LAVORO**

**1) TITOLO DEL PROGETTO:**

**Tecnico commerciale marketing**

Il progetto di ASL previsto per gli allievi dell'AFM si propone di formare la figura professionale di **Tecnico commerciale marketing** con particolare riguardo alle attività di export dei prodotti irpini.

La figura di "**Tecnico commerciale marketing**" intende fornire competenze e conoscenze che consentano di selezionare e gestire i mercati nazionali e nuovi potenziali mercati esteri, elaborando e coordinando le strategie più efficaci per l'ingresso e il consolidamento dell'Azienda nei nuovi mercati.

Nasce dalla considerazione che, nonostante la crisi economica che attanaglia il nostro Paese e, in generale i Paesi occidentali ed europei, il saldo della bilancia commerciale italiana gennaio-agosto 2016 risulta pari a +23,5 miliardi con un incremento rispetto al precedente anno di 19,5 miliardi di euro, corrispondenti allo 0,78% (Fonte ISTAT 26 settembre 2016).

Nel secondo trimestre 2016 tutte le ripartizioni territoriali mostrano un aumento congiunturale delle esportazioni di beni: +4,3% per l'Italia nord-orientale, +3,4% per l'Italia nord-occidentale, +2,8% per l'Italia meridionale e insulare e +1,3% per l'Italia centrale.

A trainare le vendite all'estero della nostra regione, secondo i dati che emergono dal monitor sui Distretti del Mezzogiorno di Intesa Sanpaolo (Fonte ANSA 14-04 2016), sono le ottime performance dei distretti delle conserve di Nocera (969 milioni di vendite all'estero), dell'alimentare napoletano (732,9 milioni), della mozzarella di bufala (194,9 milioni), seguiti dall'alimentare di Avellino (158,8 milioni) e dall'agricoltura della Piana del Sele (177,8 milioni).

Le esportazioni irpine hanno registrato un forte incremento nell'ultimo anno e il trend indica come le cantine stiano adottando strategie di promozione efficaci per posizionare i vini irpini, come prodotti di eccellenza, puntando, con decisione, ad aree tradizionalmente "fidelizzate" ad alto potenziale, in primis Germania e Stati Uniti. Ovviamente l'attenzione è puntata anche sui paesi emergenti, grazie anche al sostegno del sistema camerale che promuove azioni di internazionalizzazione necessarie per posizionarsi su mercati molto competitivi e agguerriti" (fonte Il denaro .it del 18-03-2016).

Inoltre, come affermato da Mediobanca, investire nel settore vinicolo rende il 160% in più rispetto al settore finanziario (fonte Res Hirpina XXI del 27-02-2016).

Quindi occorre pensare all'incremento della commercializzazione di ulteriori prodotti della nostra terra, meno conosciuti quali castagne, nocciole, salumi, prodotti dolciari per i quali il trend di commercializzazione ed esportazione è in costante crescita ed affermare il marchio d'impresa in quanto molte attività sono "*contoterziste*" e, quindi, è scarsamente identificabile il brand irpino, infatti, le stesse pelli e pellicce, la cui lavorazione viene fatta a Solofra, viene celata sotto il nome di famose griffe.

**2) DATI DELL'ISTITUTO CHE PRESENTA IL PROGETTO****ISTITUTO TECNICO ECONOMICO L. AMABILE**

Codice Meccanografico: AVTD03000B  
 Via De Concilii, 13; Via Morelli e Silvati - 83100 AVELLINO  
 TEL 0825.1643244 – Fax 08251643242  
 E-mail: [avtd03000b@istruzione.it](mailto:avtd03000b@istruzione.it)  
 Dirigente scolastico: **Pappalardo Antonella**

**3) ISTITUTI SCOLASTICI ADERENTI ALL'EVENTUALE RETE**

Istituto	Codice meccanografico

**4) IMPRESE/ASSOCIAZIONI DI CATEGORIE PARTNER PUBBLICI E TERZO SETTORE**

Denominazione	Indirizzo
<b>Responsabile Sicurezza</b>	
<b>INPS NAPOLI</b> Dott. Cristofaro Fabio Salvato	Via Roma – Avellino <a href="mailto:urp.avellino@inps.it">urp.avellino@inps.it</a>
<b>C.C.I.A.A.</b> Presidente: Perozzi Luca Responsabile Eventi Formativi: Gemma Iermano	V.le Cassitto – Avellino <a href="mailto:cciaa.avellino@av.legalmail.camcom.it">cciaa.avellino@av.legalmail.camcom.it</a>
<b>UNPLI CAMPANIA</b> Presidente prof. Perrotti <b>UNPLI AVELLINO</b> Presidente: Prof. Silvestri Giuseppe	Via Roma 21 83020 Contrada (AV) <a href="mailto:info@unplicampania.it">info@unplicampania.it</a> <a href="mailto:unplicampania@gmail.com">unplicampania@gmail.com</a>
<b>UNIVERSITA' DEGLI STUDI DEL SANNIO</b> DIPARTIMENTO DI DIRITTO ECONOMIA, MANAGEMENT E METODI QUANTITATIVI	Piazza Arechi II, Palazzo De Simone - 82100 Benevento
<b>FIRM - SPIN- OFF UNIVERSITÀ DEL SANNIO</b>	Via delle Puglie 82, 82100 Benevento
<b>OLEIFICIO</b>	
<b>AZIENDA PRODUZIONE VINI</b>	
<b>BANCA</b>	

**5) ALTRI PARTNER ESTERNI**

Denominazione	Indirizzo
<b>"ASSOCIAZIONE" LIBERA"</b>	<b>c/o CCIAA Via Cassitto</b>

## 6) **ABSTRACT DEL PROGETTO (CONTESTO DI PARTENZA, OBIETTIVI E FINALITA' IN COERENZA CON I BISOGNI FORMATIVI DEL TERRITORIO, DESTINATARI, ATTIVITA', RISULTATI E IMPATTO)**

Negli ultimi decenni le imprese italiane hanno dovuto affrontare un contesto competitivo in rapida evoluzione, contrassegnato da una spiccata **globalizzazione** degli scambi e da una sempre maggiore integrazione dei mercati.

Il processo di globalizzazione ha riguardato le imprese Capital intensive e quelle imprese del settore tessile/conciario con elevata standardizzazione dei processi produttivi legati alla produzione di massa.

Ciò ha generato, di conseguenza, l'importazione di prodotti a basso know-how, di scarsa qualità con nessuna tutela nei confronti dei consumatori, la violazione dei diritti dell'uomo o degli animali al punto tale che, spesso, ne sono derivate campagne stampa negative (ad es. il caso Montcler per la produzione in Moldavia-Romania, i casi dei giocattoli pericolosi e/o addirittura cancerogeni; quelli delle rubinetterie, contenenti percentuali superiori al consentito di piombo, quelli dei prodotti alimentari del tutto contraffatti e pubblicizzati per made in Italy).

"Il vero **'Made in Italy'** deve, invece, affermarsi sempre di più come sinonimo di qualità, trasparenza e correttezza e devono essere certificate tutte le fasi della filiera.

Occorre, allora, implementare strategie aziendali per la tutela dei prodotti e per la conquista di nuove quote di mercato in Italia e, soprattutto, all'estero; solo in tal modo si potrà garantire la sopravvivenza aziendale in settori caratterizzati da incidenza di elevati costi di produzione e, soprattutto, un posizionamento del brand sul mercato estero.

Ciò comporterà incremento di redditività per le imprese e sarà occasione di sviluppo economico con conseguente creazione di posti di lavoro nella filiera agricola, commerciale, di servizi del terziario e quaternario.

Per affrontare con successo l'espansione delle attività all'estero, le imprese e gli operatori economici hanno bisogno di supporti informativi e di professionisti qualificati, orientati ad operare sui mercati internazionali, tali da consentire il pieno sfruttamento delle opportunità offerte dai processi di integrazione economica. Particolare incidenza stanno acquistando i mercati dell'est europeo e asiatico che stanno incrementando le importazioni di beni di lusso e di prodotti made in Italy.

La finalità del progetto ASL è quella di dotare la figura professionale di strumenti utili a programmare la rete della distribuzione dei prodotti e dei servizi, in Italia e nei paesi esteri, ad analizzare la concorrenza e a valutare le nuove strategie per incrementare il fatturato stipulando nuovi accordi commerciali, affrontando le problematiche di internazionalizzazione, sia sul piano giuridico che strategico-finanziario.

Fondamentale è, allora, la comprensione degli elementi di base relativi alla nascita delle imprese e la conoscenza dei prodotti tipici del territorio; per tale motivo il percorso iniziale degli allievi del corso AFM verrà svolto insieme quelli del corso turistico e del SIA; successivamente si differenzierà in quanto gli allievi si interesseranno precipuamente delle problematiche relative allo studio dei mercati, alla commercializzazione dei prodotti, alle ricerche di mercato e alla analisi della concorrenza per formulare un benchmark, individuare il posizionamento, contrattare con operatori internazionali e imparare a utilizzare i relativi strumenti di regolamento tipici.

## 7) **STRUTTURA ORGANIZZATIVA, ORGANI E RISORSE UMANE COINVOLTI, IN PARTICOLARE DESCRIVERE IN DETTAGLIO**

### a) **STUDENTI**

- n. 24 alunni della 3C indirizzo AFM
- n. 20 alunni della 3D indirizzo AFM
- n. 13 alunni della 3M indirizzo AFM

## b) COMPOSIZIONE DEL CTS-DIPARTIMENTO COINVOLTO

<ol style="list-style-type: none"><li>1. Dirigente scolastico: prof.ssa Pappalardo Antonella</li><li>2. Dsga: Ferrara Anna Maria</li><li>3. Referente USR Campania: Orabona Angela</li><li>4. Referente Regione Campania- Assessore all'istruzione: dott.ssa Spedaliere Silvana</li><li>5. Referente Regione Campania: Dott.ssa Bacharach Andrea</li></ol> <p><u>Membri rappresentativi:</u> Referente Provincia di Avellino: dott. Giaquinto Girolamo Referente di Confindustria e Rappresentante del mondo del lavoro: dott. Basso Sabino Presidente del Consiglio di Istituto: sig. in attesa di nomina Rappresentante Docenti: prof. Servodio Cosimo Rappresentante Docenti: prof.ssa Carraturo Concetta Rappresentante Docenti: prof. Carullo Massimiliano Rappresentante Docenti: prof.ssa Ieppariello Antonella Rappresentante Docenti: prof.ssa Della Sala Matilde Rappresentante Docenti: prof.ssa Limongiello Michela Rappresentante Docenti: prof.ssa Ronga Domenico Rappresentante Docenti: prof.ssa Trofa Serafina (Collaboratore del D.S.) Rappresentante Docenti: prof.ssa Genovese Gigliola Rappresentante Docenti: prof. Moschella Giuseppe (Collaboratore del D.S.) Rappresentante Docenti: prof.ssa Giannetti Annamaria Rappresentante Docenti: prof.ssa Ventola Maria Rappresentante Docenti: prof.ssa Taccone Giuseppina Presidente dell'Ordine degli Avvocati: dott. Benigni Fabio Segretario Generale della C.C.I.A.A.: dott. Perozzi Luca Vicesindaco della città di Avellino: dott.ssa Iaverone Maria Elena Presidente dell'Ordine dei Dottori Commercialisti: Tedesco Francesco Esperto del mondo delle Professioni: Presidente dell'Ente Provinciale del Turismo Esperto del mondo della ricerca scientifica e tecnologica: prof. Elio Iannuzzi Esperto del mondo della ricerca scientifica e tecnologica: prof. Paolo Ricci</p>
---

## c) COMPITI, INIZIATIVE/ATTIVITA' CHE SVOLGERANNO I CONSIGLIO DI CLASSE INTERESSATI

<p>I Consigli di Classe, informati sul progetto di ASL, verranno coinvolti in modo da garantire uno stretto legame tra i contenuti che si andranno a sviluppare nei percorsi di ASL e gli argomenti disciplinari di ogni materia, sia dell'area di indirizzo che di quella generale (curricolo orizzontale) con quelli da sviluppare in collaborazione con l'Università (curricolo verticale).</p> <p>Per facilitare il raggiungimento di tali obiettivi, un ruolo fondamentale di raccordo tra mondo della scuola e mondo operativo, verrà svolto dai docenti tutor interni che faranno da interfaccia tra più realtà (quella scolastica, quella del mondo del lavoro e quella della produzione). Una volta ultimata la progettazione il progetto verrà approvato dal Consiglio d'Istituto e dai Consigli di Classe, infine, sarà reso pubblico attraverso l'inserimento sul sito istituzionale affinché tutti gli interessati possano essere consci delle attività formative che gli allievi dovranno svolgere.</p> <p>Ogni consiglio di classe:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• programma le attività didattiche collegandosi agli argomenti inerenti il profilo professionale;</li><li>• suggerisce la trattazione e l'integrazione di ulteriori argomenti attinenti il percorso, con altri materiali di studio/ formazione;</li><li>• controlla i processi e valuta i risultati;</li><li>• stimola alla partecipazione attiva e motiva alla frequenza.</li></ul> <p>I docenti del Consiglio di classe si impegnano a rimandare la programmazione di compiti in classe e/ o interrogazioni avendo cura di far svolgere le attività in maniera serena e collaborare con i tutor interni ed esterni.</p>
--

## d) COMPITI, INIZIATIVE, ATTIVITÀ CHE I TUTOR INTERNI ED ESTERNI SVOLGERANNO IN RELAZIONE AL PROGETTO

<b>TUTOR INTERNI</b>
----------------------

Sono designati dal Dirigente scolastico in base a titoli documentabili e certificabili; svolgono un ruolo di supporto, assistenza, guida e vigilanza sugli studenti e verificano il corretto svolgimento del percorso di alternanza. Promuovono le competenze degli allievi e fungono da “*trait d’union*” tra le istituzioni scolastiche, i tutor esterni, le aziende e gli organismi del territorio.

Le funzioni svolte dai tutor interni possono essere così identificate:

- contatto iniziale con i responsabili progettisti dei percorsi di alternanza che verranno trasmessi dall’Istituto con invio telematico;
- consegna e ritiro delle richieste di alternanza da parte delle famiglie degli allievi;
- consegna e commento del patto formativo;
- ricezione e consegna della documentazione attestante il percorso di alternanza;
- controllo della compilazione dei registri e della annotazione degli argomenti trattati;
- controllo delle firme dei tutor esterni e degli allievi;
- consegna in custodia dei registri al personale scolastico che li riporrà in appositi armadi destinati a custodire ordinatamente le documentazioni;
- ricezione e collazione del materiale cartaceo, digitale, filmati ecc. prodotto durante il percorso di alternanza e consegna in visione ai consigli di classe;
- contatti con gli studenti durante la permanenza in azienda e/o visite guidate;
- coordinamento con il tutor aziendale;
- coordinamento con i docenti del Consiglio di classe.

## **TUTOR ESTERNI**

Vengono designati dalla azienda partner, favoriscono l’inserimento degli studenti all’interno della struttura, assicurano il rispetto delle norme di sicurezza, assistono l’allievo durante il percorso formativo e si coordinano con il tutor interno e l’istituzione scolastica.

Essi assicurano lo svolgimento dei seguenti compiti:

- contatto iniziale con i responsabili progettisti dei percorsi di alternanza;
- funzione orientativa sulle norme comportamentali da seguire e normative sulla sicurezza;
- ricezione e compilazione della documentazione attestante il percorso di alternanza;
- compilazione dei registri e annotazione degli argomenti trattati;
- controllo delle firme degli allievi e annotazione delle ore;
- contatti con i tutor interni e i responsabili organizzativi dell’Istituto per la valutazione del percorso formativo e/o visite guidate;
- funzione di sostegno all’apprendimento;
- facilitatori nell’elaborazione di documenti, progetti creati dagli allievi, attività laboratoriali.

Al termine di ciascuna attività formativa consegneranno i materiali documentali, cartacei, in formato digitale, filmati ecc., opportunamente ordinati cronologicamente, al tutor interno che li metterà a disposizione del Consiglio di classe.

## **8) RUOLO DELLE STRUTTURE OSPITANTI NELLA FASE DI PROGETTAZIONE E DI REALIZZAZIONE DELLE ATTIVITÀ PREVISTE DALLE CONVENZIONI**

Nella simulazione di impresa si riproporranno le stesse attività svolte dai responsabili delle imprese, Enti, Associazioni: analizzare, pianificare e controllare, comunicare in maniera efficace e rendicontare. Riproduurranno, così, il ciclo di apprendimento pratico (Plan, Do, Check, Action) necessario per apportare esperienza alla teoria e al curriculum degli allievi.

## **9) RISULTATI ATTESI DALL’ESPERIENZA DI ALTERNANZA IN COERENZA CON I BISOGNI DEL CONTESTO**

Gli studenti, trasformati in veri e propri esperti di marketing, supporteranno le altre aziende simulate dell’istituto nella gestione commerciale nazionale ed internazionale.

Per tale motivo verrà costruito un modello organizzativo e didattico che raccoglierà le migliori pratiche esistenti e le trasferirà nell’ambito dell’Istruzione e della Formazione al fine di perseguire:

- il **principio di equivalenza formativa** che supera l’esclusività della didattica disciplinaristica a

favore di una pluralità di approcci, compresa l'esperienza sul campo, in modo che il curriculum reale risulti essere combinazione di opzioni diverse. Per questo l'alternanza mirerà ad **“imparare facendo”** ed a sviluppare le competenze indicate nei piani di lavoro didattici in modo da favorire il conseguimento di capacità operative da parte degli studenti.

- il **valore delle alleanze interne ed esterne** ai fini di una formazione integrale dell'alunno indotto a portare a termine compiti, risolvere problemi, coinvolgersi in ruoli reali o simulati, vale a dire a scoprire la realtà come principale fonte di apprendimento e maturazione.

Il risultato atteso alla fine del percorso triennale sarà la promozione dei prodotti tipici locali e terminerà con l'elaborazione, al quinto anno del Piano di marketing.

## 10) AZIONI, FASI E ARTICOLAZIONI DELL'EVENTO PROGETTUALE

Gli studenti, trasformati in veri e propri tecnici commerciali del marketing, analizzeranno organizzazione ed economia locale, parteciperanno alle stesse visite sul territorio e agli incontri con le realtà economiche irpine.

Nello svolgimento del percorso, le attività svolte dagli allievi del corso AFM si interfacceranno con quelle dei compagni frequentanti lo stesso Istituto: ciò determinerà la nascita di tre imprese di servizi che verranno costituite con l'ausilio di esperti della C.C.I.A.A. i quali illustreranno la modulistica di riferimento:

- l'azienda degli allievi del corso AFM si occuperà del marketing e della esportazione dei prodotti;
- l'impresa degli allievi del corso SIA si occuperà della progettazione e realizzazione di APP/siti WEB dedicati al turismo e alla economia locale e renderà, in formato elettronico, fotografico e video le attività svolte;
- quella turistica simulata, creata dagli allievi della 3 E-3T, organizzerà gli spostamenti ed offrirà i propri servizi alle altre imprese;

L'esperienza verrà rendicontata attraverso la rilevazione della **“customer satisfaction”** tra le imprese simulate oggetto della ASL.

## 11) DEFINIZIONE DEI TEMPI E DEI LUOGHI

Il percorso si svolgerà da fine novembre a giugno.

Le date potrebbero essere suscettibili di variazione nella calendarizzazione e, pertanto, non sono indicati i giorni ma esclusivamente i mesi; gli allievi saranno opportunamente informati e, se possibile, si avrà cura di diversificare le giornate della settimana in cui vi sarà l'alternanza per evitare di far slittare le attività curricolari sempre delle stesse discipline.

Le simulazioni e ricerche documentali avverranno nei locali dell'Istituto in orario antimeridiano e/o pomeridiano, in azienda e sul territorio.

## 12) INIZIATIVE DI ORIENTAMENTO

Attività previste	Modalità di svolgimento
<p>L'attività di orientamento al lavoro di tipo imprenditoriale è di per sé attività di orientamento; verranno curate, nella fase preliminare, le tematiche legate alla sicurezza negli ambienti di lavoro e la materia previdenziale, ciò in considerazione della possibilità di simulare l'esistenza di lavoratori dipendenti e la necessità di assicurare i versamenti contributivi all'imprenditore ed ai suoi familiari.</p> <p>E' prevista la partecipazione di Docenti dell'Università del Sannio che avranno il ruolo di formare gli allievi sulle varie attività che si concluderanno con il piano di marketing e sulle elaborazioni statistiche.</p>	<p>Questi percorsi sono a carattere formativo per lo sviluppo di competenze “auto-imprenditoriali”, utili per un primo approccio al mondo del lavoro ed orientativo per la prosecuzione degli studi nella istruzione terziaria ed universitaria.</p>

### 13) PERSONALIZZAZIONE DEI PERCORSI

Attività previste	Modalità di svolgimento
Tutto il progetto ha la caratteristica della personalizzazione, in quanto ogni gruppo di alunni, opportunamente scelto dai tutor esterni, svolgerà attività di ricerca autonome e diversificate.	Lo svolgimento della attività avverrà con affiancamento dei tutor esterni e in collaborazione con gli specialisti che aderiscono all'ASL. Tutto ciò che verrà prodotto sarà consegnato in formato elettronico e/o cartaceo al tutor interno e messo a disposizione del Consiglio di classe .

### 14) ATTIVITA' LABORATORIALI

La scommessa è quella di riuscire a fare in modo che gli alunni riescano a supportare le altre aziende simulate dell'istituto (agenzie turistiche e informatiche) nella consulenza finanziaria e fiscale, accompagnandole dalla creazione fino alla gestione contabile e finanziaria.  
Questa specifica formazione-intervento definita "*progettazione partecipata*" consentirà un approccio nuovo alla "gestione contabile e finanziaria" consentendo agli alunni di diventare coprotagonisti.

### 15) UTILIZZO DELLE NUOVE TECNOLOGIE, STRUMENTAZIONI INFORMATICHE, NETWORKING

Le nuove tecnologie verranno utilizzate per gestire aspetti organizzativi e comunicativi.  
Agli alunni verrà sottoposto un questionario di valutazione della esperienza in modo tale da avere la percezione della bontà del progetto e per valutare se sia opportuna una modifica di quanto pianificato.  
Sempre attraverso le nuove tecnologie si terrà memoria delle presenze/assenze degli allievi in modo tale da avere l'evidenza delle ore effettivamente frequentate, anche ai fini della validità del percorso formativo.

### 16) MONITORAGGIO DEL PERCORSO FORMATIVO E DEL PROGETTO

Per quanto riguarda il monitoraggio del percorso formativo si rimanda a quanto indicato nel DM 16 giugno 2015 n. 435, art. 39 che disciplina il monitoraggio dell'andamento e la ricaduta delle attività progettuali relative alla Alternanza Scuola Lavoro.  
Il monitoraggio mirerà ad analizzare due aspetti:

- **quantitativo** riguardante la tipologia e l'ambito del percorso formativo, il numero e la tipologia delle strutture ospitanti, il numero degli studenti che vi partecipano e le certificazioni rilasciate all'esito dei percorsi.
- **qualitativo**, invece, rileva l'efficacia dei percorsi attivati dalla scuola, anche in termini di obiettivi di apprendimento, valutazione e certificazione delle competenze, ricadute occupazionali per gli allievi che vi hanno partecipato e criticità.

### 17) VALUTAZIONE DEL PERCORSO FORMATIVO E DEL PROGETTO

La legge 107/2015 introduce elementi di novità rispetto alla disciplina preesistente, prevedendo, ai commi 37 e 40 dell'articolo 1, una **specifico valutazione sulle attività di alternanza scuola lavoro**.  
Per lo studente sarà prevista "la possibilità di esprimere una valutazione sull'efficacia e sulla coerenza dei percorsi di alternanza con il proprio indirizzo di studio".  
In particolare, gli studenti compileranno dei questionari di gradimento del percorso formativo e, successivamente, elaboreranno i dati emersi preparando delle presentazioni in Power Point

### 18) MODALITA' CONGIUNTE DI ACCERTAMENTO DELLE COMPETENZE (Scuola struttura ospitante)(TUTOR struttura ospitante, TUTOR scolastico, STUDENTE, DOCENTI DISCIPLINE COINVOLTE, CONSIGLIO DI CLASSE)

Tutti i docenti dovranno svolgere le attività in aula raccordandosi con gli obiettivi del progetto di alternanza per quanto di loro competenza, le valutazioni di tali esperienze contribuiranno alla attribuzione del voto finale che ogni docente andrà ad assegnare a ciascun alunno (per ogni disciplina), migliorandolo, peggiorandolo o lasciandolo inalterato: il tutto contribuirà alla attribuzione del punteggio massimo di **40 crediti scolastici** come è previsto dal nuovo Esame di Stato .

**19) COMPETENZE DA ACQUISIRE NEL PERCORSO PROGETTUALE CON SPECIFICO RIFERIMENTO ALL'EQF**

<b>Figura professionale: Tecnico commerciale marketing</b>			
<b>Livello</b>	<b>Competenze</b>	<b>Abilità</b>	<b>Conoscenze</b>
<b>Livello 5 EQF</b>	<i>Analizzare il mercato di riferimento</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Applicare tecniche di analisi statistica dei dati di mercato e di andamento delle vendite</li> <li>• Applicare tecniche di ricerca documentale su caratteristiche e numerosità dei target di riferimento</li> <li>• Identificare la propensione all'acquisto dei consumatori ai fini previsionali della domanda di mercato</li> <li>• Interpretare i feedback del mercato di riferimento in termini evolutivi (tendenze di prodotto, logiche di cambiamento, fattori di rischio e sviluppo)</li> <li>• Identificare nuove aree geografiche in cui effettuare azioni per l'acquisizione di nuove fette di mercato</li> <li>• Applicare tecniche di analisi dei competitors</li> <li>• Applicare tecniche di redazione di report di ricerca</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Psicologia del consumatore</li> <li>• Nozioni di statistica</li> <li>• Principi metodologie e strumenti di ricerche di mercato</li> <li>• Tecniche di analisi previsionale dell'andamento del mercato</li> <li>• Metodologie e strumenti di benchmark</li> </ul>
	<i>Configurare l'offerta di prodotto/servizio</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• identificare il settore di mercato obiettivo in cui posizionare il prodotto/servizio</li> <li>• Definire le caratteristiche connotative del prodotto/servizio in funzione del target clienti e degli obiettivi di profitto</li> <li>• Individuare i fattori chiave di vendita (key selling factors)</li> <li>• Concepire piani di consolidamento delle quote di mercato già acquisite, nonché di penetrazione in nuovi mercati</li> <li>• Applicare una politica prezzi sostenibile in rapporto alle condizioni di mercato e di profitto stabilite</li> <li>• Valutare le performance dei prodotti/servizi offerti, in termini di qualità percepita e gradimento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Psicologia del consumatore</li> <li>• Sociologia dei consumi</li> <li>• Modelli e strumenti di marketing strategico</li> <li>• Metodologie e tecniche di pianificazione strategica aziendale</li> <li>• Tecniche di budget</li> <li>• Nozioni di analisi per indici e flussi del bilancio di esercizio</li> </ul>
	<i>Attuare le strategie commerciali</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Valutare la tipologia di canale distributivo, tenendo conto delle modalità e dei termini di approvvigionamento</li> <li>• Applicare tecniche di organizzazione della rete di vendita e di distribuzione</li> <li>• individuare modalità di gestione e sviluppo del personale di vendita</li> <li>• Definire la strategia di comunicazione per la promozione dei prodotti/servizi</li> <li>• Interpretare report previsionali e a consuntivo sull'andamento delle vendite e dei costi commerciali, analizzandone gli scostamenti rispetto agli obiettivi previsti</li> <li>• Applicare tecniche di analisi della customer satisfaction</li> <li>• Applicare tecniche di analisi della qualità del servizio nei processi marketing-vendite</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Caratteristiche dei sistemi di distribuzione del prodotto/servizio</li> <li>• Tecniche di gestione dei gruppi di lavoro e motivazione delle risorse umane</li> <li>• Modelli e strumenti di Marketing operativo</li> <li>• Canali di comunicazione per il marketing</li> <li>• Tecniche di media planning</li> <li>• Tecniche di analisi economica e di budgeting per il calcolo della ripartizione degli investimenti (marketing / selling)</li> <li>• Tecniche di customer care</li> <li>• Contrattualistica per la gestione dei clienti</li> <li>• Software per la gestione marketing</li> </ul>



## **20) MODALITA' DI CERTIFICAZIONE/ATTESTAZIONE DELLE COMPETENZE (FORMALI, INFORMALI E NON FORMALI)**

Per la certificazione delle competenze formali, informali e non formali si terrà conto delle valutazioni fatte dai tutor esterni; altresì verranno acquisiti gli esiti delle rilevazioni fatte dai docenti appartenenti ai Consigli di classe, ciascuno relativamente alla propria disciplina, che concorreranno alla valutazione intermedia e finale costituendo parte integrante del credito scolastico.

Al termine del terzo anno di ASL gli allievi cumuleranno i punteggi di ciascun anno fino al massimo di quaranta crediti.

## **21) DIFFUSIONE/COMUNICAZIONE/INFORMAZIONE DEI RISULTATI**

La diffusione, comunicazione, informazione dei risultati delle attività di Alternanza verrà effettuata al termine di ogni anno e il percorso di formazione terminerà con la pubblicazione dei servizi/prodotti ottenuti.

**22) RUOLO DELLE STRUTTURE OSPITANTI NELLA FASE DI PROGETTAZIONE E DI REALIZZAZIONE DELLE ATTIVITA' PREVISTE DALLE CONVENZIONI**

<b>PROGRAMMAZIONE TRIENNALE 2016-2019</b>				
	<b>CLASSE III A.S. 16-17 ORE</b>	<b>CLASSE IV A.S. 17-18 ORE</b>	<b>CLASSE V A.S.18-19 ORE</b>	<b>TOTALE ORE</b>
<b>VISITE AZIENDALI/TERRITORIO</b>	<b>43</b>	<b>30</b>	<b>15</b>	<b>88</b>
▪ Sicurezza sui luoghi di lavoro	10			<b>64</b>
▪ La Previdenza dei lavoratori	24	10	10	
▪ Il registro imprese e lo sportello legalità <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ I finanziamenti alle imprese</li> <li>➢ Nascita dell'impresa individuale</li> <li>➢ Le società</li> <li>➢ Costituzione</li> <li>➢ Variazioni del capitale sociale</li> <li>➢ La Giustizia alternativa: Organismi di conciliazione</li> <li>➢ Le operazioni straordinarie di impresa</li> </ul>	10			
<b>Curricolo dell'Autonomia Area comune</b>	<b>15</b>	<b>70</b>	<b>25</b>	<b>110</b>
<b>Curricolo dell'Autonomia Area di indirizzo</b>	<b>58</b>	<b>50</b>	<b>30</b>	<b>138</b>
<b>TOTALI</b>	<b>160</b>	<b>160</b>	<b>80</b>	<b>400</b>

PROGRAMMAZIONE ANNUALE 2016-2017						COLLEGAMENTI DISCIPLINARI
TUTOR ESTERNO	AZIONE E FASI	STRUMENTI METODOLOGICI	ORE	LUOGHI	TEMPI	
Formatore Esperto Consulente abilitato per la sicurezza sul lavoro Resp. le Sicurezza dell'Istituto	<p><b>Sicurezza nei luoghi e negli ambienti di lavoro</b></p> <p>Come da indicazioni della legge 107/2015, si presenteranno le nozioni fondamentali sulla sicurezza sul lavoro e l'insieme delle misure preventive da adottare per rendere sicuri e salubri i luoghi di lavoro, sì da evitare o ridurre l'esposizione dei lavoratori ai rischi connessi.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Formazione generale</li> <li>➤ Formazione specifica</li> </ul>	<p>Supporti multimediali, video e lezione dialogata</p> <p>Studi di caso</p>	4 6	In aula: Via De Concilii Via Morelli e Silvati	novembre dicembre	Tutte le discipline
Formatore Esperto Servizi anagrafici e di Regolazione del mercato della <b>C.C.I.A.A. di Avellino</b>	<p><b><u>Il Registro delle Imprese</u></b></p> <p>La legge 580/93 di riordinamento delle Camere di Commercio e la sua realizzazione ha comportato la fine del registro delle società e quella del registro delle ditte e la costituzione del Registro delle Imprese presso la Camera di Commercio della provincia dove l'impresa ha la sede legale.</p> <p>Si presenterà lo strumento operativo con il quale è stata data concreta attuazione al sistema di pubblicità legale delle imprese previsto dal codice civile.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ La nascita delle imprese individuali</li> <li>➤ Normativa di riferimento</li> <li>➤ La SCIA</li> <li>➤ COMUNICA</li> <li>➤ IL SUAP</li> <li>➤ La firma digitale</li> <li>➤ Lo SPID</li> </ul> <p><b><u>Lo Sportello Legalità.</u></b></p> <p>Lo sportello è il servizio di ascolto e di assistenza agli imprenditori in difficoltà.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>SOS Giustizia</b></li> </ul> <p>Si presenterà il servizio di sostegno concreto alle vittime o possibili vittime di usura e alle vittime del racket delle estorsioni, nonché la complessa legislazione in materia e l'accompagnamento nel difficile percorso della denuncia da parte dei testimoni di giustizia.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Il caso: Maglificio "115 Passi" Quindici</li> </ul>	<p>Supporti multimediali, video e lezione dialogata</p> <p>Studi di caso</p>	5	CCIAA  In aula: Via De Concilii Via Morelli e Silvati	dicembre	Tutte le discipline
Formatore Esperto "imprenditori in difficoltà" in collaborazione con l'"Associazione Libera"	<p><b><u>Lo Sportello Legalità.</u></b></p> <p>Lo sportello è il servizio di ascolto e di assistenza agli imprenditori in difficoltà.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>SOS Giustizia</b></li> </ul> <p>Si presenterà il servizio di sostegno concreto alle vittime o possibili vittime di usura e alle vittime del racket delle estorsioni, nonché la complessa legislazione in materia e l'accompagnamento nel difficile percorso della denuncia da parte dei testimoni di giustizia.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Il caso: Maglificio "115 Passi" Quindici</li> </ul>	<p>I beni confiscati alla camorra: Il maglificio "115 passi" Quindici-AV</p>	5	LIBERA  In aula: Via De Concilii  Via Morelli e Silvati	dicembre	

PROGRAMMAZIONE ANNUALE 2016-2017						SUGGERIMENTI COLLEGAMENTI DISCIPLINARI	
TUTOR ESTERNO	AZIONE E FASI	STRUMENTI METODOLOGIA	ORE	LUOGHI	TEMPI		
Formatori esperti <b>INPS</b> <b>Napoli/Avellino</b>	L'attività intende formare gli alunni su compiti e ruoli Ente Previdenziale con particolare riferimento alla vigente normativa e ai diritti doveri dei lavoratori, al contrasto all'illegalità. La Previdenza dei lavoratori <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Educazione alla Previdenza e contrasto all'illegalità</li> <li>▪ I Flussi contributivi</li> <li>▪ Prestazioni e servizi individuali</li> <li>▪ Entrate contributive, controllo e contrasto all'Economia sommersa e al lavoro irregolare</li> <li>▪ Il sistema pensionistico italiano</li> <li>▪ Le prestazioni al sostegno del reddito e le prestazioni socio assistenziali</li> <li>▪ Il contenzioso amministrativo e giudiziario</li> <li>▪ Strumenti di pianificazione e controllo</li> </ul>	Supporti multimediali, video e lezione dialogata Studi di casi concreti	24	In aula: Via De Concilii Via Morelli e Silvati	Gennaio-marzo 2017	Economia aziendale	Contratti di lavoro
						Diritto ed economia	Contratti di lavoro
Formatore esperto in strumenti finanziari	Gli alunni si avvicineranno al mondo della finanza, tramite un percorso approntato in collaborazione con esperti del settore: Gli strumenti di pagamento: assegno bancario, assegno circolare, le carte di pagamento, il bonifico internazionale, i servizi di incassi e le cambiali.		10	In aula: Via De Concilii Via Morelli e Silvati	dicembre a febbraio	Tutte le discipline	
Impresa.....  Unisannio Firm Spin-Off	In questa fase verranno trattati dagli esperti dell'università, per quanto riguarda la parte teorica, e da imprenditori, per l'aspetto pratico, i seguenti aspetti: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Principali metodologie della ricerca di mercato: indagini di scenario nazionale ed internazionale</li> <li>• Analisi mercato di riferimento: rischi ed opportunità</li> <li>• Ricerche sui comportamenti d'acquisto, identificazione delle aree di posizionamento.</li> <li>• La contrattualistica e la tutela del credito</li> <li>• Metodologie e strumenti di Benchmark</li> </ul>	Laboratorio multimediale Studi di casi concreti Aula  Visite in aziende	15	In aula: Via De Concilii Via Morelli e Silvati	dicembre maggio	Tutte le discipline	
			23	territorio			

<b>TUTOR ESTERNO</b>	<b>AZIONE E FASI</b>	<b>STRUMENTI METODOLOGIA</b>	<b>ORE</b>	<b>LUOGHI</b>	<b>TEMPI</b>	<b>COLLEGAMENTI DISCIPLINARI</b>
Impresa  Unisannio Firm Spin-Off	<p>Gli esperti formatori avranno il ruolo di formare gli allievi sui seguenti argomenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Modalità di organizzazione, gestione e sviluppo del personale (assunzione, formazione, licenziamento, dimissioni)</li> <li>• Il target del servizio/ prodotto/prezzo/luogo</li> <li>• La pubblicità: strategie di comunicazione, la promozione</li> <li>• La qualità del servizio nei processi marketing-vendite: comportamenti professionali, indicatori, ecc.</li> <li>• Caratteristiche del prodotto/servizio in funzione degli obiettivi di profitto e del target</li> <li>• Il mix di prodotti</li> <li>• Terminologia tecnica in due lingue straniere</li> <li>• Contestualmente verranno presentati, da parte di imprenditori locali dei casi concreti.</li> </ul>	<p>Supporti Multimediali , video Interviste in azienda</p> <p>Visite aziendali</p>	10           20	<p>In aula: Via De Concilii Via Morelli e Silvati</p> <p> </p> <p>In aula: Via De Concilii Via Morelli e Silvati</p>	dicembre maggio	Tutte le discipline
Unisannio Firm Spin-Off	<p>I Docenti dell'Università del Sannio avranno il ruolo di formare gli allievi sui seguenti argomenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La distribuzione: impresa individuale GDO, franchising,</li> <li>• L'andamento di costi/vendite del mercato di riferimento</li> <li>• Interpretazione dei: diagrammi dei flussi di vendita, proiezioni statistiche</li> <li>• Costruzione dei diagrammi dei flussi di vendita e proiezioni statistiche</li> <li>• Tabelle dei costi: il break even point</li> </ul>	<p>Studi di casi concreti Studio dati della CCIAA Proiezioni statistiche</p>	10	<p>In aula: Via De Concilii Via Morelli e Silvati</p>	dicembre maggio	Economia Aziendale Informatica Matematica
Università Firm Spin-Off  Esperti aziendali	<p>I Docenti dell'Università del Sannio esporranno le metodologie per valutare le performance dei prodotti/servizi offerti, in relazione alla qualità attesa, verificare il livello di preferenza accordato e analizzare la customer satisfaction. Contestualmente verranno presentati, da parte di imprenditori locali esperienze concrete al fine di avvicinare l'istruzione e quindi la formazione scolastica al mondo imprenditoriale.</p>	<p>Studio di dati statistici delle aziende I reclami</p>	13	<p>In aula: Via De Concilii Via Morelli e Silvati</p>	dicembre maggio	Italiano e Storia Lingua inglese Lingua francese Economia Aziendale Diritto ed economia Informatica Matematica

<b>TUTOR ESTERNO</b>	<b>AZIONE E FASI</b>	<b>STRUMENTI METODOLOGIA</b>	<b>ORE</b>	<b>LUOGHI</b>	<b>TEMPI</b>	<b>COLLEGAMENTI DISCIPLINARI</b>
Università	I Docenti dell'Università del Sannio e/o gli esperti aziendali avranno il ruolo di formare gli allievi sui seguenti argomenti: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rendicontazione sociale</li> <li>• L'etica del lavoro</li> <li>• L'etica nella qualità</li> <li>• Sostituzioni alimentari</li> <li>• Tutela del made in Italy</li> </ul>	Casi di studio Indagini statistiche sul territorio	15	In aula: Via De Conciliis	dicembre maggio	Tutte le discipline

**Le suddette attività potrebbero subire delle variazioni per esigenze didattiche e/o organizzative di imprese, enti, associazioni.**

Avellino, 7 ottobre 2016

f.to Prof.ssa Maria Fierro

f.to Prof.ssa Linda V. Fricchione