

RELAZIONI INTERNAZIONALI PER IL MARKETING

(COMPETENZE ECONOMICO – LINGUISTICHE)

MATERIE DI STUDIO AD INDIRIZZO GENERALE	2° BIENNIO		5° ANNO
	III	IV	V
LINGUA E LETTERATURA ITALIANA	4	4	4
LINGUA INGLESE	3	3	3
STORIA	2	2	2
MATEMATICA	3	3	3
SCIENZE MOTORIE E SPORTIVE	2	2	2
RELIGIONE CATTOLICA O ATTIVITÀ ALTERNATIVE	1	1	1
ATTIVITÀ E INSEGNAMENTI DI INDIRIZZO			
SECONDA LINGUA COMUNITARIA	3	3	3
TERZA LINGUA STRANIERA	3	3	3
ECONOMIA AZIENDALE E GEO-POLITICA	5	5	6
DIRITTO	2	2	2
RELAZIONI INTERNAZIONALI	2	2	3
TECNOLOGIE DELLA COMUNICAZIONE	2	2	-
TOTALE ORE SETTIMANALI	32	32	32

L'articolazione **Relazioni Internazionali per il Marketing** si caratterizza per il riferimento sia all'ambito della comunicazione aziendale con l'utilizzo di tre lingue straniere e appropriati strumenti tecnologici sia alla collaborazione nella gestione dei rapporti aziendali nazionali e internazionali riguardanti differenti realtà geo-politiche e vari contesti lavorativi.

Il Diplomato in “Relazioni internazionali per il marketing” abbina alla preparazione generale le competenze relative ai fenomeni economici, giuridici e al funzionamento delle aziende. Specifici di questa articolazione sono la conoscenza di tre lingue comunitarie e lo studio delle relazioni internazionali e delle tecnologie della comunicazione. Il profilo si caratterizza per il riferimento sia all'ambito della comunicazione aziendale con l'utilizzo di tre lingue straniere e appropriati strumenti tecnologici, sia alla collaborazione nella gestione dei rapporti aziendali nazionali e internazionali riguardanti differenti realtà geopolitiche e vari contesti lavorativi.

Dopo il diploma lo studente può:

- **Inserirsi nel mondo del lavoro:** nel settore commerciale, industriale, del turismo oppure presso camere di commercio, enti fieristici, case editrici, agenzie pubblicitarie.
- **Proseguire con gli studi universitari:** il diploma dà accesso ad ogni tipo di Università. In particolare Lingue, Economia e Commercio, Mediazione culturale, Scienze della Comunicazione.