

Alcune considerazioni in merito alle tracce dei temi di economia aziendale negli istituti tecnico-economici.

Il tema proposto all'indirizzo amministrazione finanza e marketing è ben strutturato e articolato, molto simile a un documento autentico che in questo caso è la relazione sulla gestione. Elemento innovativo e di futuro approfondimento il "risk management" che viene esplicitato nella mappatura del rischio di credito e del rischio liquidità; sarebbe stato ancora più esaustivo integrare nell'articolazione relazioni internazionali per il marketing anche il rischio Paese e il rischio operativo, molto attuale per la gestione dei dati e macro dati.

Per quanto riguarda lo svolgimento si ripete il solito bilancio con i dati a scelta che rischia di diventare un "addestramento alla procedura" con le varianti della traccia; infatti, una volta individuati i vincoli, gli studenti applicano un procedimento molto standard e operativo; sarebbe più opportuno, anche in relazione al profilo d'uscita, che le competenze venissero valutate proponendo agli studenti anche analisi critiche e articolate di casi, con stesura di documenti e proposta di soluzioni a problemi di scelta o di strategie aziendali da delineare in risposta a situazioni complesse.

Nulla da dire per i punti a scelta: molto "brevi" e lineari, adatti per valutare alcune abilità di ampio raggio considerando il tempo della prova che si concentra maggiormente sulla parte centrale.

Tante invece le riflessioni in merito alla curvatura relazioni internazionali per il marketing: partendo dal presupposto che una seconda prova multidisciplinare non è la sommatoria di due prove distinte, riteniamo che tanti potevano essere gli spunti per poter dare una connotazione specifica a questo indirizzo molto attuale ma poco valorizzato: l'inglese come lingua veicolare nella parte di micro lingua (*business english*) avrebbe potuto rappresentare la parte testuale del tema (ad esempio un caso aziendale) e dal testo di inglese lo studente avrebbe potuto produrre documenti tecnici, report, analisi di marketing collegati alla parte numerica di economia aziendale.

La metodologia CLIL, in questa articolazione, avrebbe potuto offrire il massimo valore aggiunto, al fine di dare all'economia aziendale la sua connotazione GEOPOLITICA E INTERNAZIONALE (come del resto le linee guida ci dicono di fare...).

Purtroppo questa opportunità non è stata colta, il tema RIM è un tema AFM più semplice, per non dire banale e rimane sempre un tema AFM. È vero anche che spesso il cambiamento nasce dal basso in quanto tanti sono stati gli istituti tecnici in cui i docenti di inglese ed economia aziendale hanno costruito percorsi paralleli, interdisciplinari utilizzando ad esempio la didattica per casi... Peccato che questa svolta non sia stata compresa proprio da coloro che hanno cambiato l'assetto della seconda prova.

Un'ultima analisi è dedicata alla traccia dell'articolazione sistemi informativi aziendali: il tema nella parte di economia aziendale è identico a quello proposto all'articolazione relazioni internazionali per il marketing con l'integrazione del quesito di informatica; è evidente che in questo caso i collegamenti tra le due discipline sono più lineari e coerenti e il lettore ha una visione d'insieme ben strutturata.

Ultima considerazione in merito alla fase di valutazione dei temi: il Ministero ha fornito dei "blocchi di valutazione" che lasciano però alla discrezionalità delle diverse commissioni la declinazione dei descrittori; questo porta ancora ad avere un'eccessiva disparità di metodo di valutazione tra commissioni. L'ideale, ai fini di un miglioramento futuro, sarebbe proporre una rubrica valutativa uniforme e più articolata proprio per ridurre l'eccessiva soggettività degli strumenti di misurazione e valutazione adottati dai commissari.