



ISTITUTO DI ISTRUZIONE SUPERIORE  
**NICOLA MORESCHI**  
PROGRAMMAZIONE DIDATTICA ANNUALE



**Materia: economia aziendale**

**classi: IV Amministrazione Finanza e Marketing**

**a.s. 2022/2023**

Risultati di apprendimento (linee guida Riforma Gelmini)

- analizzare la realtà e i fatti concreti della vita quotidiana ed elaborare generalizzazioni che aiutino a spiegare i comportamenti individuali e collettivi in chiave economica;
- riconoscere la varietà e lo sviluppo storico delle forme economiche, sociali e istituzionali attraverso le categorie di sintesi fornite dall'economia e dal diritto;
- riconoscere l'interdipendenza tra fenomeni economici, sociali, istituzionali, culturali e la loro dimensione locale/globale;
- intervenire nei sistemi aziendali con riferimento a previsione, organizzazione, conduzione e controllo di gestione;
- utilizzare gli strumenti di marketing in differenti casi e contesti;
- distinguere e valutare i prodotti e i servizi aziendali, effettuando calcoli di convenienza per individuare soluzioni ottimali;
- agire nel sistema informativo dell'azienda e contribuire sia alla sua innovazione sia al suo adeguamento organizzativo e tecnologico.

Risultati in termini di competenze:

1. Riconoscere e interpretare:

- le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali anche per coglierne le ripercussioni in un dato contesto;
- i macrofenomeni economici nazionali e internazionali per connetterli alla specificità di un'azienda;
- i cambiamenti dei sistemi economici nella dimensione diacronica attraverso il confronto fra epoche storiche e nella dimensione sincronica attraverso il confronto fra aree geografiche e culture diverse.

2. Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica e fiscale con particolare riferimento alle attività aziendali.

3. Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi e flussi informativi con riferimento alle differenti tipologie di imprese.

4. Riconoscere i diversi modelli organizzativi aziendali.

5. Individuare le caratteristiche del mercato del lavoro.

6. Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali.

7. Inquadrare l'attività di marketing nel ciclo di vita dell'azienda

8. Orientarsi nel mercato dei prodotti finanziari.

9. Utilizzare i sistemi informativi aziendali e gli strumenti di comunicazione integrata d'impresa, per realizzare attività comunicative con riferimento a differenti contesti.

10. Analizzare e produrre i documenti relativi alla rendicontazione sociale e ambientale, alla luce dei criteri sulla responsabilità sociale d'impresa.

### Programmazione didattica annuale

**Materia: Economia Aziendale**

**classi: IV Amministrazione Finanza e Marketing**

<b>Modulo</b>	<b>Competenze</b>	<b>Conoscenze</b>	<b>Abilità</b>
<b>Modulo 1: I bilanci aziendali</b>	Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali delle varie tipologie di società <b>(fatta eccezione per le società di persone)</b> Individuare la normativa civilistica e fiscale di riferimento Riconoscere documenti di rendicontazione sociale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Principi contabili e di redazione del bilancio d'esercizio</li> <li>• Aspetti finanziari ed economici delle diverse aree di gestione</li> <li>• Conoscere normative e tecniche di redazione del bilancio in relazione alla forma giuridica e alla tipologia di azienda: costituzione, aumento e diminuzione di capitale, prestito obbligazionario, riparto utili</li> <li>• Conoscere i principi di responsabilità sociale ed i bilanci sociali</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Individuare le fonti dei principi contabili</li> <li>• Redigere e commentare i documenti che compongono il sistema di bilancio tenendo conto delle normative e tecniche di redazione del bilancio in relazione alla forma giuridica e alla tipologia di azienda: costituzione, aumento e diminuzione di capitale, prestito obbligazionario, riparto utili</li> <li>• Cenni sul ruolo sociale dell'impresa ed esaminare il bilancio sociale e ambientale quale strumento di informazioni comuni</li> </ul>
<b>Modulo 2: La finanza aziendale e le decisioni finanziarie</b>	Analizzare flussi finanziari con riferimento alle differenti tipologie d'impresa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Correlazioni, calcolo e analisi relative al fabbisogno finanziario e alle fonti di finanziamento</li> <li>• Analisi dei flussi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Individuare le possibili fonti di finanziamento in relazione alla forma giuridica dell'impresa</li> <li>• Correlare e comparare finanziamenti e impieghi,</li> </ul>
<b>Modulo 3: Mercato degli strumenti finanziari</b>	Orientarsi nel mercato dei prodotti finanziari (fatta eccezione per il mercato dei cambi) Conoscere la normativa civilistica e fiscale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Soggetti, mercati, prodotti e organi del sistema finanziario</li> <li>• Calcoli connessi ai principali contratti finanziari</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Riconoscere i soggetti dei mercati finanziari</li> <li>• Individuare e descrivere i prodotti dei mercati finanziari</li> <li>• Effettuare calcoli relativi alle operazioni con</li> </ul>

			strumenti finanziari
<b>Modulo 4: Le imprese bancarie, prodotti e servizi per i risparmiatori</b>	Orientarsi nel mercato dei prodotti finanziari Riconoscere i principali contratti bancari	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Calcoli connessi ai principali contratti bancari</li> <li>• Aspetti tecnici economici, giuridici, fiscali e contabili delle operazioni di intermediazione bancaria e relativa documentazione</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Effettuare calcoli relativi alle principali operazioni bancarie</li> <li>• Riconoscere i principali documenti di sintesi della gestione delle banche</li> </ul>
<b>TOMO 2</b>			
<b>Modulo 1: la gestione delle vendite</b>	Inquadrare l'attività di marketing nel ciclo di vita dell'azienda	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Principi, teorie e tecniche di marketing.</li> <li>• Analisi e politiche di mercato</li> <li>• Leve di marketing</li> <li>• piano di marketing (cenni)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Individuare le caratteristiche dei diversi mercati</li> <li>• Riconoscere l'evoluzione delle strategie di marketing.</li> <li>• Riconoscere piani di marketing</li> </ul>
<b>Modulo 2: La gestione delle risorse umane</b>	Individuare le caratteristiche del mercato del lavoro Riconoscere le principali rilevazioni aziendali riguardanti il personale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Caratteristiche del mercato del lavoro</li> <li>• Principali contratti di lavoro</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Riconoscere le caratteristiche del mercato del lavoro e i diversi di rapporti di lavoro</li> </ul>
<b>Modulo 3: La gestione del magazzino</b>	Conoscere il sistema delle rilevazioni di magazzino Individuare la normativa civilistica e fiscale di riferimento	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Individuare la funzione del magazzino</li> <li>• Individuare le finalità della contabilità di magazzino</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Riconoscere i diversi strumenti di controllo del magazzino</li> </ul>

### **Metodologie, strumenti e sussidi:**

- svolgimento di lezioni frontali e lezioni dialogate evidenziando relazioni con le altre discipline
- presentazione di casi aziendali cercando di garantire una visione globale dell'azienda
- esercitazioni guidate
- esercitazioni individuali
- libro di testo
- lavagna multimediale
- esercitazioni web autovalutative con libro digitale

**Verifiche:**

- verifiche scritte non strutturate
- verifiche scritte strutturate
- verifiche scritte semistrutturate scelte in base agli obiettivi che si intende misurare
- verifiche orali finalizzate ad accertare le conoscenze acquisite