



## Programmazione didattica annuale

**Materia: economia aziendale**

**classi: IV Relazioni internazionali per il 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 civilistica 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, documentare le procedure e ricercare soluzioni efficaci rispetto a situazioni date.

5. Individuare le caratteristiche del mercato del lavoro e collaborare alla gestione delle risorse umane.

6. Inquadrare l'attività di marketing nel ciclo di vita dell'azienda e realizzare applicazioni con riferimento a specifici contesti e diverse politiche di mercato

7. Orientarsi nel mercato dei prodotti finanziari e nel mercato dei cambi

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

## Programmazione didattica annuale

**Materia:** Economia Aziendale      **classi:** IV Relazioni internazionali

<b>Modulo</b>	<b>Competenze</b>	<b>Conoscenze</b>	<b>Abilità</b>
<b>Modulo A: I bilanci aziendali</b>	<p>1 - Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali</p> <p>2 - Utilizzare il sistema informativo aziendale per realizzare attività di analisi relativamente alle società di persone e di capitali in merito a:                      costituzione                      riparto utile                      copertura perdita                      aumento di capitale                      diminuzione di capitale</p> <p>3 - conoscere gli elementi fondanti e saper redigere un bilancio d'esercizio</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Regole e tecniche di contabilità generale relative alle scritture di assestamento e alle scritture di epilogo e di chiusura dei conti (ripasso)</li> <li>• Società e di capitale:</li> <li>• Costituzione, riparto utile, copertura perdita, aumento di capitale, diminuzione di capitale</li> <li>• Bilancio d'esercizio</li> </ul>	<p>Individuare l'oggetto delle scritture di assestamento; applicare il principio della competenza economica dei costi e dei ricavi; classificare le scritture di assestamento</p> <p>Redigere scritture di epilogo dei componenti positivi e negativi di reddito, determinazione del risultato economico d'esercizio</p> <p>Redigere le scritture in P.D. relativamente alle società</p> <p>Determinare il patrimonio netto finale e le scritture in P:D relative alla chiusura dei conti patrimoniali</p> <p>Redigere e commentare i documenti che compongono il sistema di bilancio</p>
<b>Modulo B: La gestione finanziaria</b>	<p>Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi e flussi informativi con riferimento alle differenti tipologie d'impresa</p>	<p>Calcolo e analisi relative al fabbisogno finanziario e alle fonti di finanziamento</p> <p>Investimenti aziendali (fasi ed elementi delle decisioni finanziarie)</p>	<p>Individuare le possibili fonti di finanziamento in relazione alla forma giuridica dell'impresa</p> <p>Correlare e comparare finanziamenti e impieghi,</p> <p>Analizzare le differenti tipologie di investimento e distinguere le fasi della valutazione di un progetto individuandone gli elementi essenziali</p>
<b>Modulo C: Le banche e il supporto alle imprese</b>	<p>Orientarsi nel mercato dei prodotti assicurativi finanziari, anche per collaborare nella ricerca di soluzioni vantaggiose; aspetti fiscali e civilistici</p>	<p>Conoscenza delle tematiche relative a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- funzione degli istituti bancari</li> <li>- obiettivi di gestione</li> <li>- strategie per competere sui mercati internazionali</li> <li>- i principali contratti bancari con approfondimenti sui conti correnti</li> </ul>	<p>Effettuare calcoli relativi ad operazioni con le banche e riconoscere i principali documenti di sintesi</p>

		- confronto fra documenti di sintesi delle banche e delle aziende	
<b>Modulo D: il marketing internazionale</b>	1 - Riconoscere le tendenze dei mercati nazionali e internazionali 2 - Inquadrare l'attività di marketing nel ciclo di vita dell'azienda 3 - Utilizzare i sistemi informativi aziendali e gli strumenti di comunicazione integrata d'impresa, per realizzare attività comunicative con riferimento a differenti contesti	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Principi, teorie e tecniche di marketing internazionali.</li> <li>• Analisi e politiche di mercato nazionale e internazionale.</li> <li>• Leve di marketing</li> <li>• Struttura del piano di marketing</li> <li>• Finalità, concetti e tipologie della comunicazione d'impresa</li> </ul>	Descrivere le caratteristiche di mercati di beni e servizi Individuare in un dato contesto il comportamento dei consumatori e delle imprese concorrenti. Riconoscere l'evoluzione delle strategie di marketing. Riconoscere, analizzare e interpretare piani di marketing in relazione alle politiche di mercato nazionale e internazionale Utilizzare codici e tecniche della comunicazione funzionali a contesti interni ed esterni all'azienda.
<b>Modulo E: la gestione del magazzino</b>	Conoscere le rilevazioni contabili di magazzino	Contabilità di magazzino	Riconoscere gli strumenti e le modalità di tenuta della contabilità di magazzino
<b>Modulo F: gli scambi internazionali</b>	Riconoscere ed interpretare: Le tendenze dei mercati locali nazionali e globali anche per coglierne le ripercussioni in un dato contesto I macro fenomeni economici nazionali e internazionali per connetterli alla specificità di un'azienda I cambiamenti dei sistemi economici attraverso il confronto fra epoche storiche, aree geografiche e culture diverse.	Norme, documentazione, aziende ed enti a supporto degli importatori e degli esportatori nel commercio interno ed estero. Aspetti tecnici, economici, giuridici e contabili dei regolamenti internazionali. Analisi dei rischi e criteri di copertura delle operazioni commerciali nazionali e internazionali	Riconoscere ed analizzare i diversi elementi che caratterizzano gli scambi interni e internazionali, i principali documenti commerciali e bancari in ambito nazionale e internazionale. Riconoscere il ruolo delle aziende di servizi e degli enti a supporto degli importatori e degli esportatori. Riconoscere gli strumenti di copertura dei rischi derivanti dall'operatività internazionale
<b>Modulo G: La gestione delle risorse umane</b>	Conoscere in generale le problematiche connesse alla gestione del personale, e all'organizzazione del lavoro	Cenni relativi a: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Caratteristiche del mercato del lavoro</li> <li>• La funzione delle risorse umane</li> <li>• Il reclutamento del personale, selezione e curriculum vita</li> <li>• Il rapporto di lavoro subordinato</li> <li>• Gli altri rapporti di lavoro</li> </ul>	Riconoscere le funzioni e le caratteristiche del mercato del lavoro Individuare i compiti dell'organizzazione del lavoro Individuare le tecniche di selezione del personale Distinguere il rapporto di lavoro subordinato dal rapporto di lavoro autonomo Individuare i metodi di formazione del personale Individuare le caratteristiche dei metodi di valutazione del lavoro
<b>Casi aziendali e</b>	Introduzione degli studenti all'utilizzo della	Lessico e fraseologia specifici di	Utilizzare lessico e fraseologia adeguata

<b>Business English</b>	terminologia tecnico aziendale in inglese	settore.	
-------------------------	---	----------	--

**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