



ISTITUTO DI ISTRUZIONE SUPERIORE
NICOLA MORESCHI
PROGRAMMAZIONE DIDATTICA ANNUALE



Materia: ECONOMIA AZIENDALE

classi: IV sistemi informativi

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:

- 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 attraverso il confronto fra aree geografiche e culture diverse.

2. Individuare ed accedere alla normativa pubblicitaria, 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. Riconoscere i principi e gli strumenti della programmazione e del controllo di gestione, analizzandone i risultati.

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

9. Conoscere il mercato dei prodotti assicurativo-finanziari.

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

11. 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 Sistemi informativi

| Modulo | Competenze | Conoscenze | Abilità |
|--|--|---|--|
| Modulo 1: i bilanci aziendali | Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali delle varie tipologie di società (fatta eccezione per le società di persone) Individuare la normativa civilistica e fiscale di riferimento Riconoscere documenti di rendicontazione sociale | <ul style="list-style-type: none"> • Principi contabili e di redazione del bilancio d'esercizio • Aspetti finanziari ed economici delle diverse aree di gestione • 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 • Conoscere i principi di responsabilità sociale ed i bilanci sociali | <ul style="list-style-type: none"> • Individuare le fonti dei principi contabili • 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 • Cenni sul ruolo sociale dell'impresa ed esaminare il bilancio sociale e ambientale quale strumento di informazioni comuni |
| Modulo 2: La finanza aziendale e le decisioni finanziarie | Analizzare flussi finanziari con riferimento alle differenti tipologie d'impresa | <ul style="list-style-type: none"> • Correlazioni, calcolo e analisi relative al fabbisogno finanziario e alle fonti di finanziamento • Analisi dei flussi | <ul style="list-style-type: none"> • Individuare le possibili fonti di finanziamento in relazione alla forma giuridica dell'impresa • Correlare e comparare finanziamenti e impieghi, |
| Modulo 3: Mercato degli | Orientarsi nel mercato dei prodotti finanziari | <ul style="list-style-type: none"> • Soggetti, mercati, prodotti e organi del sistema finanziario | <ul style="list-style-type: none"> • Riconoscere i soggetti dei mercati finanziari • Individuare e descrivere i prodotti dei mercati |

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

Materia: Economia Aziendale

classi: IV Sistemi informativi

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

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