

CLASSE: IVRIM
MATERIA: EC. AZIENDALE
DOCENTE: GRIECO FABRIZIO

PROGRAMMAZIONE DIDATTICA

□ASSE CULTURALE STORICO-SOCIALE

Competenze chiave	Competenze base	Abilità	Conoscenze
Comunicazione nella madrelingua: utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti (sociali, culturali, scientifici, economici, tecnologici).	Individuare le caratteristiche del mercato del lavoro e collaborare alla gestione delle risorse umane. Individuare e accedere alla normativa civilistica e fiscale con particolare riferimento alle attività aziendali. Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali.	Padroneggiare gli strumenti espressivi e argomentativi per gestire l'interazione comunicativa verbale in vari contesti. Leggere, comprendere e interpretare testi scritti di vario tipo.	Linguaggio tecnico specifico in base dell'economia aziendale. Comprensione di testi di carattere economico-aziendale.
Competenza matematica e competenze di base in scienza e tecnologia	Riconoscere le caratteristiche essenziali del sistema socio-economico per orientarsi nel tessuto produttivo del proprio territorio	Individuare le strategie appropriate per la soluzione di problemi	Le fasi risolutive di un problema e la loro rappresentazione con un diagramma.
Competenza digitale	Riconoscere e interpretare le tendenze dei mercati locali, nazionali e internazionali per coglierne le ripercussioni in un dato contesto	Utilizzare e produrre strumenti di comunicazione visiva e multimediale per rappresentare e descrivere l'organizzazione e le funzioni aziendali. Redigere i documenti e la contabilità IVA per le operazioni di	Produzione di presentazioni. Adempimenti della compravendita internazionale. Strumenti di rappresentazione, descrizione e documentazione delle



		compravendita internazionali.	procedure e dei flussi informativi.
Competenze sociali e civiche: agire in modo autonomo e responsabile, conoscendo e osservando regole e norme, con particolare riferimento alla Costituzione. Collaborare e partecipare comprendendo i diversi punti di vista delle persone.	Le società di persone. Le società di capitali. Il bilancio d'esercizio. Le imprese bancarie. Il marketing	Normativa in materia di società. Lessico e fraseologia di settore	Interpretare la normativa societaria e predisporre le scritture contabili ed il bilancio d'esercizio. Utilizzare lessico e fraseologia di settore
Imparare per imparare	Riconoscere e interpretare i macro-fenomeni economici nazionali e internazionali per connetterli alla specificità di un'azienda. Riconoscere i diversi modelli organizzativi aziendali e documentare le procedure.	Riconoscere le strategie aziendali di localizzazione e delocalizzazione dell'azienda. Riconoscere l'assetto strutturale di un'impresa attraverso l'analisi dei suoi organigrammi.	Strategie aziendali di localizzazione e delocalizzazione dell'azienda. Modelli organizzativi aziendali. Strumenti di rappresentazione e documentazione delle procedure e dei flussi informativi.
	Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali. Individuare e accedere alla normativa civilistica e fiscale con particolare riferimento alle attività aziendali. Utilizzare i sistemi informativi aziendali per realizzare attività comunicative. Analizzare e produrre i documenti relativi alla rendicontazione sociale e ambientale,	Principi contabili. Aspetti finanziari ed economici delle diverse aree della gestione aziendale. Normative e tecniche di redazione del sistema di bilancio. In relazione alla forma giuridica e alla tipologia di azienda. Principi di responsabilità sociale dell'impresa.	Individuare le fonti e analizzare i contenuti dei principi contabili. Redigere e commentare i documenti che compongono il sistema di bilancio. Descrivere il ruolo sociale dell'impresa ed esaminare il bilancio sociale e ambientale

	alla luce dei criteri sulla responsabilità sociale d'impresa.	Bilancio socio ambientale d'impresa.	
	Inquadrare l'attività di marketing nel ciclo di vita dell'azienda e realizzare applicazioni con riferimento a specifici contesti e diverse politiche di mercato	Principi, teoria e tecniche di marketing internazionale. Analisi e politiche di mercato nazionale e internazionale. Individuare, in casi ipotizzati, il marketing mix per il lancio di nuovi prodotti. Finalità, concetti e tipologie della comunicazione d'impresa. Raccogliere dati, elaborarli e interpretarli per studiare il comportamento dei consumatori e dei concorrenti.	Principi, teoria e tecniche di marketing. Il marketing mix. Struttura del piano di marketing
	Individuare le strategie appropriate per la soluzione dei problemi	Riconoscere le varie funzioni aziendali e descriverne le caratteristiche e le correlazioni. Rappresentare la struttura organizzativa aziendale esaminando casi relativi a semplici e diverse tipologie di imprese. Riconoscere modelli organizzativi di un dato contesto aziendale. Distinguere le finalità delle rilevazioni aziendali e individuare i risultati prodotti dalla gestione	Strumenti di rappresentazione e descrizione dell'organizzazione aziendale. Tipologie di modelli organizzativi. Quadro generale della gestione aziendale, delle rilevazioni e degli schemi di bilancio. Il processo e i documenti di vendita.

		<p>attraverso la lettura degli schemi contabili di bilancio.</p> <p>Riconoscere la specificità della funzione vendite e i suoi riflessi economici, giuridici e fiscali.</p>	
Spirito di iniziativa e imprenditorialità	<p>Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi e flussi informativi con riferimento alle differenti tipologie di imprese. Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali. Individuare e accedere alla normativa civilistica e fiscale con particolare riferimento alle attività aziendali.</p>	<p>Correlazioni, calcolo, analisi relative al fabbisogno finanziario e alle connesse fonti di finanziamento nelle diverse forme giuridiche d'impresa. Funzione, struttura e contenuto dei preventivi di impianto. Rappresentare la struttura organizzativa aziendale esaminando casi relativi a semplici e diverse tipologie di imprese. Riconoscere modelli organizzativi di un dato contesto aziendale. Distinguere le finalità delle rilevazioni aziendali e individuare i risultati prodotti dalla gestione attraverso la lettura degli schemi contabili di bilancio.</p>	<p>Quadro generale della gestione aziendale, delle rilevazioni e degli schemi di bilancio. Individuare le possibili fonti di finanziamento in relazione alla forma giuridica d'impresa. Correlare e comparare finanziamenti e impieghi. Produrre e commentare preventivi d'impianto. Individuare e analizzare sotto il profilo strategico, finanziario ed economico le operazioni delle aree gestionali.</p>

CONTENUTI DEL PROGRAMMA:

Le forme giuridiche delle imprese

Le società di persone (costituzione, riparto utili, copertura perdita, finanziamenti, vers. in c/capitale)

La costituzione delle società di capitali

Il riparto utili e la copertura delle perdite nelle società di capitali

Le variazioni di capitale nelle società di capitali
 L'emissione di obbligazioni
 Il bilancio d'esercizio civilistico
 I principi contabili nazionali e internazionali
 Il bilancio socio-ambientale
 La funzione finanza e i finanziamenti aziendali
 La struttura finanziaria e gli investimenti
 Le banche e i mercati internazionali
 Le operazioni bancarie
 I conti correnti
 Il marketing strategico
 Il marketing mix: prodotto, prezzo, distribuzione e promozione
 Il magazzino e la gestione delle scorte
 La contabilità di magazzino
 La compravendita internazionale
 Il regolamento degli scambi internazionali
 Il trasferimento della merce all'estero
 La funzione delle risorse umane
 La costituzione del rapporto di lavoro
 Il sistema informativo del personale e la retribuzione
 Il foglio paga dei lavoratori
 L'estinzione del rapporto di lavoro

Attività del docente	Attività dello studente	Materiali, spazi e metodi utilizzati
<p>L'impostazione metodologica applicata dal docente è quella delle lezioni frontali interattive, con discussioni guidate, attraverso una lettura attenta dell'argomento, individuando i collegamenti logici e raggruppando per categoria i concetti più importanti. La presentazione di casi concreti e la proiezione di schemi esemplificativi rendono la lezione il momento cardine dell'apprendimento. È indispensabile, ed è richiesta, una partecipazione attiva degli studenti al fine di suscitare attenzione ed interesse per ciascun argomento trattato. Agli alunni vengono inviati (su</p>	<p>Allo studente è richiesta la massima attenzione e partecipazione, uno spiccato senso critico ed uno studio orientato all'apprendimento costruttivo. Le esercitazioni assegnate in classe ed a casa, da svolgersi singolarmente e/o attraverso gruppi di lavoro, risultano indispensabili per fare propria la materia e conseguire risultati positivi.</p>	<p>L'attività didattica viene svolta in classe attraverso supporti tradizionali (libro di testo, appunti del docente, eserciziario) ed attraverso nuove tecnologie (LIM, lezioni con filmati multimediali, slide show). L'adozione del libro+web consente agli studenti, attraverso l'offerta digitale Tramontana, l'utilizzo di strumenti all'avanguardia (lesson plan, test&flashcard, edutools) per consolidare le conoscenze acquisite Testo utilizzato: "Impresa, marketing e mondo up" volume 2</p>

classroom e sulla mail di classe) slides, appunti ed esercizi per consolidare le conoscenze a casa.		
---	--	--

VALUTAZIONE:

CONOSCENZE	VOTO IN DECIMI	ABILITA'	VOTO IN DECIMI	COMPETENZE	VALUTAZIONE
Ampie ed esaurienti	9-10	Completa e sicura	9-10	Sempre corrette e pertinenti	Eccellente/ottimo
Adeguate e precise	8	Completa	8	Corrette	buono
Complessivamente adeguata, pur con qualche carenza	7	Completa, pur con qualche imprecisione	7	Generalmente corrette	discreto
Limitata, ma essenziale	6	Superficiale e schematica	6	Schematiche ed essenziali	sufficiente
Superficiale ed incompleta	5	Incompleta	5	Imprecise	mediocre
Non adeguata e imprecise	4	Scarse	4	Inadeguate	insufficiente
Assenti	2-3	Assenti	2-3	Assenti	Gravemente insufficiente