CLASSE: 1 ITE
MATERIA: ECONOMIA AZIENDALE
DOCENTE: M. ZANONCELLI

PROGRAMMAZIONE DIDATTICA A.S. 2026-2027

☐ ASSE CULTURALE DEI LINGUAGGI ■ ASSE CULTURALE MATEMATICO
☐ ASSE CULTURALE SCIENTIFICO TECNOLOGICO ☐ ASSE CULTURALE STORICO-SOCIALE

Competenze chiave	Competenze base	Abilità	Conoscenze
Comunicazione nella madrelingua	Riconoscere le caratteristiche essenziali del sistema socio economico per orientarsi nel tessuto produttivo del proprio territorio	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. Risoluzione di calcoli e problemi con misure del sistema metrico decimale, frazioni, proporzioni e percentuali.
Competenza digitale	Riconoscere le caratteristiche essenziali del sistema socio economico per orientarsi nel tessuto produttivo del proprio territorio	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 compravendita internazionali.	Produzione di presentazioni. Adempimenti della compravendita internazionale. Strumenti di rappresentazione, descrizione e documentazione delle procedure e dei flussi informativi.
Imparare per imparare	Riconoscere e interpretare i macro-fenomeni economici nazionali e internazionali per connetterli alla specificità di un'azienda. Riconoscere i diversi	Riconoscere le strategie aziendali di localizzazione e delocalizzazione dell'azienda. Riconoscere l'assetto strutturale di un'impresa attraverso l'analisi dei suoi	Strategie aziendali di localizzazione e delocalizzazione dell'azienda. Modelli organizzativi aziendali. Strumenti di rappresentazione e documentazione delle

	modelli organizzativi aziendali e documentare le procedure.	organigrammi.	procedure e dei flussi informativi.
	Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali	Redigere la contabilità. Individuare e analizzare le operazioni delle aree gestionali. Redigere i documenti che compongono il bilancio (stato patrimoniale e conto economico)	Principi contabili. Regole e tecniche di contabilità generale. Aspetti finanziari ed economici delle diverse aree di gestione. Normative e tecniche di redazione del bilancio.
	Inquadrare l'attività di marketing nel ciclo di vita dell'azienda	Individuare, in casi ipotizzati, il marketing mix per il lancio di nuovi prodotti. Rappresentare graficamente gli andamenti delle vendite e individuare le fasi del ciclo di vita di un prodotto. 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	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.

		dalla gestione attraverso la lettura degli schemi contabili di bilancio. Riconoscere la specificità della funzione vendite e i suoi riflessi economici, giuridici e fiscali.	
Spirito di iniziativa e imprenditorialità	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 attraverso la lettura degli schemi contabili di bilancio. Riconoscere la specificità della funzione vendite e i suoi riflessi economici, giuridici e fiscali.	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.

CONTENUTI DEL PROGRAMMA:

MODULO A

- Unità di misura, relazioni tra grandezze e percentuali;(da pag 4 a 30)
- Riparti proporzionali, grafici e tabelle (da pag 36 a 52)

MODULO B

- L'attività economica e l'azienda (da pag 70 a 76)
- L'azienda sostenibile (da pag 86 a 94)
- Azienda: persone, locazlizzazioni ed organizzazione (da pag 104 a 117)

MODULO C

- La compravendita: azienda commerciale ed i suoi elementi/servizi
- L'imposta sul valore aggiunto – IVA

MODULO D

- I documenti della compravendita: fattura ed i suoi elementi caratterizzanti
- La compilazione dei documenti di vendita

Attività del docente	**Attività dello studente**	**Materiali, spazi e metodi utilizzati**
Lezione frontale interattiva con sussidi e strumenti digitali Uso e interpretazione di mappe concettuali Uso di schemi riassuntivi che delineino la traccia della spiegazione che si sta sviluppando Uso di slide di presentazioni in PowerPoint, Uso della lim Monitoraggio del lavoro di gruppo Problemsolving Analisi di casi e di documenti Esercitazioni condotte in classe Correzione esercizi Assegnazione di compiti Svolgimento di verifiche Corsi di recupero	Lettura esplorativa, ripresa degli appunti della lezione, formulazione di domanda, precisazioni degli obiettivi e individuazione delle strategie Lettura analitica: cogliere le informazioni principali, individuare i rapporti tra i concetti, schematizzare, riassumere Svolgere gli esercizi, "verbalizzare" gli schemi, ripassare, stare attenti alle interrogazioni Preparare riassunti, mappe concettuali e/o mentali, schemi, utilizzando vari programmi informatici per la costruzione di testi o di mappe preferibilmente leggibili da una sintesi vocale Organizzare il materiale scolastico (raccolta di fotocopie, trascrizione al computer di appunti di compagni o insegnanti scritti a mano) Lavoro di gruppo	In classe verranno utilizzati i testi cartacei e le espansioni on line del testo, le slides, le mappe concettuali, la lavagna interattiva e la visione di filmati esplicativi di alcuni argomenti. Condivisione di documenti su Google drive. Interventi didattici di recupero (interventi individualizzati, corsi di recupero) Libro di testo "Impresa, marketing e mondo più"

VALUTAZIONE:

Conoscenze	Valutazione	Abilità	Valutazione	Competenze	Valutazione
Ampie ed esaurienti	9-10	Complete e sicure	9-10	Sempre corrette e pertinenti	9-10
Adeguate e precise	8	Complete	8	Corrette	8

Complessivamente adeguate, pur con qualche carenza	7	Complete, pur con qualche imprecisione	7	Generalmente corrette	7
Limitate ma essenziali	6	Superficiali e schematiche	6	Schematiche ed essenziali	6
Superficiali ed incomplete	5	Incomplete	5	Imprecise	5
Non adeguate e imprecise	4	Scarse	4	Inadeguate	4
assenti	2-3	Assenti	2-3	Assenti	2-3