



Programmazione didattica annuale

Materia: economia aziendale

classi quarta Sistemi informativi aziendali

a.s.. 2017 - 2018

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

a.s. 2017/2018

Modulo	Competenze	Conoscenze	Abilità
Modulo 1: I bilanci aziendali	<p>1 - Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali</p> <p>2 - Utilizzare il sistema informativo aziendale per realizzare attività comunicative e 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 e saper analizzare gli elementi fondanti della rendicontazione sociale</p> <p>4 - saper redigere un bilancio d'esercizio</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Regole e tecniche di contabilità generale relative alle scritture di assestamento e alle scritture di epilogo e di chiusura dei conti (ripasso) • Società di persone e di capitale: Costituzione, riparto utile, copertura perdita, aumento di capitale, diminuzione di capitale • Bilancio d'esercizio • Cenni sul bilancio socio ambientale 	<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 di persone e di capitali in merito ai momenti significativi della vita aziendale</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>
Modulo 2: La finanza aziendale e le decisioni finanziarie	<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>
Modulo 3: il mercato degli strumenti finanziari	<p>Orientarsi nel mercato dei prodotti assicurativi finanziari, anche per collaborare nella ricerca di soluzioni vantaggiose; aspetti fiscali e civilistici</p>	<p>Soggetti, mercati, prodotti del sistema finanziario</p>	<p>Riconoscere i soggetti, le caratteristiche e le regole dei mercati finanziari</p>
Modulo 4: Le imprese bancarie prodotti e servizi per i risparmiatori	<p>Orientarsi nel mercato dei prodotti assicurativi finanziari, anche per collaborare nella ricerca di soluzioni vantaggiose; aspetti fiscali e civilistici</p>	<p>Calcoli connessi ai principali contratti bancari.</p> <p>Tematiche relative alla tenuta dei conti correnti</p>	<p>Effettuare calcoli relativi ad operazioni con le banche</p> <p>Riconoscere i principali documenti di sintesi delle banche</p>

Modulo 5: il marketing	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"> • Principi, teorie e tecniche di marketing internazionali. • Analisi e politiche di mercato nazionale e internazionale. • Leve di marketing • Struttura del piano di marketing • Finalità, concetti e tipologie della comunicazione d'impresa 	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 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.
Modulo 6: la gestione del magazzino	Conoscere le rilevazioni contabili di magazzino	Contabilità di magazzino	Riconoscere gli strumenti e le modalità di tenuta della contabilità di magazzino
Modulo 7: La gestione delle risorse umane	Conoscere in generale le problematiche connesse alla gestione del personale, e all'organizzazione del lavoro	Cenni relativi a: <ul style="list-style-type: none"> • Caratteristiche del mercato del lavoro • curriculum vitae • Il rapporto di lavoro subordinato • Gli altri rapporti di lavoro 	Riconoscere le funzioni e le caratteristiche del mercato del lavoro Individuare i compiti dell'organizzazione del lavoro Distinguere il rapporto di lavoro subordinato dal rapporto di lavoro autonomo Contabilizzare le retribuzioni e il TFR
Casi aziendali e Business English	Introduzione degli studenti all'utilizzo della terminologia tecnico aziendale in inglese	Lessico e fraseologia specifici di settore.	Utilizzare lessico e fraseologia adeguata

Programmazione didattica annuale

Materia: Economia Aziendale

classi IV Sistemi informativi aziendali

a.s. 2017/2018

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