



**ISTITUTO STATALE DI ISTRUZIONE SECONDARIA SUPERIORE
"SANSOVINO - OBICI"**

TECNICO- AMMINISTR. FIN. MARK., TURISMO, COSTRUZIONI A.T., TRASP. E LOGISTICA

LICEOARTISTICO- GRAFICA, MULTIMEDIALE

PROFESSIONALE-SERV. COMM., SERV. PER LA SANITÀ, MANUTENZIONE A.T., IEFP

ODERZO(TV)- Codice MIM: **TVIS02800Q** – Cod.Fisc.**94179350262**



**PROGETTO EDUCATIVO-DIDATTICO DI ECONOMIA AZIENDALE E GEOPOLITICA
a.s. 2023 - 2024**

CLASSI QUINTE - ARTICOLAZIONE RIM
Relazioni Internazionali per il Marketing

COMPETENZE DISCIPLINARI

In relazione alla programmazione curricolare, tenendo conto della situazione di partenza della classe, delle Linee guida ministeriali e degli accordi presi in sede di Dipartimento di disciplina, i docenti individuano le seguenti competenze chiave:

- **riconoscere e interpretare le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali anche per coglierne le ripercussioni in un dato contesto;**
- **riconoscere e interpretare i macro fenomeni economici nazionali e internazionali per connetterli alla specificità di una azienda;**
- **individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica e fiscale con particolare riferimento alle attività aziendali;**
- **interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi e flussi informativi con riferimento alle differenti tipologie di imprese;**
- **riconoscere i diversi modelli organizzativi aziendali, documentare le procedure;**
- **gestire il sistema delle rilevazioni aziendali, anche con l'estero;**
- **individuare le caratteristiche del mercato del lavoro e della gestione del personale;**
- **inquadrare l'attività di marketing e realizzare applicazioni, anche in contesti internazionali;**
- **applicare i principi e gli strumenti della programmazione e del controllo di gestione, analizzandone i risultati;**
- **analizzare e produrre i documenti relativi alla rendicontazione economico-finanziaria.**

Nella programmazione si evidenziano in rosso gli aspetti che potrebbero non essere trattati in termini di conoscenze e le abilità che potrebbero non essere sviluppate, a seguito dei diversi contesti e delle diverse situazioni didattiche che si potranno presentare in itinere.

TAVOLA DI PROGRAMMAZIONE

UDA: REDAZIONE E ANALISI DEI BILANCI DELL'IMPRESA	
Competenze e risultati di apprendimento	➤ Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali ➤ Individuare e accedere alla normativa civilistica con riferimento alle attività aziendali ➤ Utilizzare i sistemi informativi aziendali per realizzare attività comunicative con riferimento a diversi contesti ➤ Analizzare i documenti relativi alla rendicontazione sociale e ambientale, riguardanti la responsabilità sociale d'impresa

CONOSCENZE		ABILITA'
● Obiettivi, regole e strumenti della contabilità generale ● Il sistema informativo di bilancio ● La normativa civilistica sul bilancio ● Il bilancio IAS/IFRS ● La revisione legale, la relazione di revisione e il giudizio sul bilancio ● La rielaborazione dello Stato Patrimoniale e del Conto economico ● L'analisi della redditività, della struttura patrimoniale e finanziaria ● I rendiconti finanziari ● L'analisi del bilancio socio-ambientale.		● Rilevare in PD le operazioni di gestione e assestamento riguardanti i beni strumentali, il factoring, il contratto di sub-fornitura e gli aiuti pubblici alle imprese ● Redigere lo Stato patrimoniale e il Conto economico civilistici ● Applicare i criteri di valutazione civilistici agli elementi del patrimonio aziendale ● Individuare le funzioni del bilancio IAS/IFRS e i documenti che lo compongono ● Analizzare e interpretare i giudizi sul bilancio formulate dal revisore legale ● Riclassificare lo Stato patrimoniale e il Conto economico ● Calcolare e commentare gli indici di redditività, patrimoniali e finanziari ● Redigere il Rendiconto finanziario delle variazioni del PCN e il Rendiconto della variazione della disponibilità monetaria ● Redigere report relativi all'analisi per indici e per flussi ● Analizzare le informazioni dei rendiconti sociali e ambientali.
Periodo di realizzazione	Primo periodo	
Tempi	90 ore	
Principali fasi dell'UDA	Fase 1: Contabilità generale Fase 2: Bilanci aziendali e revisione legale dei conti Fase 3: Analisi per indici Fase 4: Analisi per flussi Fase 5: Analisi sommaria del bilancio socio-ambientale.	
UDA: IL CONTROLLO E LA GESTIONE DEI COSTI DELL'IMPRESA		
Competenze e risultati di apprendimento	➤ Applicare i principi e gli strumenti della programmazione e del controllo di gestione, analizzandone i risultati ➤ Utilizzare i sistemi informativi aziendali per realizzare attività comunicative con riferimento a diversi contesti	

CONOSCENZE		ABILITA'	
● Il sistema informativo direzionale e la contabilità gestionale ● L'oggetto di misurazione ● Gli scopi della contabilità gestionale ● La classificazione dei costi ● La contabilità a costi diretti (direct costing) e a costi pieni (full costing). ● I centri di costo ● Il metodo ABC ● La contabilità gestionale a supporto delle decisioni aziendali ● L'accettazione di nuovi ordini ● Il mix di prodotto da realizzare ● La scelta del prodotto da eliminare ● Il make or buy ● La break even analysis ● Concetto di efficacia ed efficienza		● Individuare le funzioni e gli strumenti della contabilità gestionale ● Classificare i costi aziendali secondo criteri diversi ● Individuare le caratteristiche delle differenti metodologie di calcolo dei costi ● Calcolare i margini di contribuzione ● Applicare i diversi metodi di imputazione dei costi all'oggetto di calcolo ● Calcolare le configurazioni di costo ● Calcolare il costo del prodotto imputando i costi indiretti su base unica e su base multipla aziendale ● Calcolare il costo del prodotto attraverso l'utilizzo dei centri di costo ● Calcolare il costo del prodotto con il metodo ABC ● Calcolare il costo suppletivo ● Scegliere il prodotto da realizzare in presenza di un fattore produttivo scarso ● Individuare il prodotto da eliminare ● Risolvere problemi di scelta make or buy ● Valutare le iniziative di sviluppo internazionale ● Individuare gli obiettivi della break even analysis ● Calcolare e rappresentare il punto di equilibrio ● Calcolare il rendimento e la produttività dei fattori produttivi	
Periodo di realizzazione	Secondo periodo		
Tempi	30 ore		
Principali fasi dell'UDA	Fase 1: Metodi di calcolo dei costi Fase 2: Costi e scelte aziendali.		
UDA: LA PIANIFICAZIONE E LA PROGRAMMAZIONE DELL'IMPRESA			
Competenze e risultati di apprendimento	➤ Applicare i principi e gli strumenti della programmazione e del controllo di gestione, analizzandone i risultati ➤ Utilizzare i sistemi informativi aziendali per realizzare attività comunicative con riferimento a diversi contesti		
CONOSCENZE		ABILITA'	
● La creazione di valore e il successo di un'impresa ● Il concetto di strategia ● La gestione strategica ● L'analisi dell'ambiente interno ed esterno ● L'analisi SWOT ● Le strategie di corporate ● Le strategie di internazionalizzazione ● Le strategie di business ● Le strategie funzionali ● Le strategie di produzione ● La pianificazione strategica		● Individuare le fasi della gestione strategica ● Individuare le strategie di corporate, di business e funzionali nelle iniziative nazionali e internazionali ● Individuare i punti di forza e di debolezza e correlarli con le opportunità e le minacce provenienti dall'ambiente esterno ● Analizzare casi aziendali esprimendo delle valutazioni sulle strategie adottate dalle imprese	

● La pianificazione aziendale ● Il controllo di gestione ● Il budget ● I costi standard ● Le varie tipologie di budget ● Il controllo budgetario ● L'analisi degli scostamenti ● Il reporting	● Individuare gli scopi e gli strumenti della pianificazione e del controllo aziendale ● Individuare le caratteristiche, le funzioni e gli elementi del budget ● Redigere i vari budget (settoriali, investimenti, etc.) ● Calcolare gli scostamenti ● Analizzare le cause che determinano gli scostamenti e ipotizzare eventuali azioni correttive ● Predisporre report in relazione ai casi studiati				
Periodo di realizzazione	Secondo periodo				
Tempi	15 ore				
Principali fasi dell'UDA	Fase 1: Strategie aziendali Fase 2: Pianificazione e controllo di gestione				
UDA: I BUSINESS PLAN DI IMPRESE CHE OPERANO IN CONTESTI NAZIONALI E INTERNAZIONALI					
Competenze e risultati di apprendimento	➤ Riconoscere e interpretare le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali per coglierne le ripercussioni in un dato contesto ➤ Utilizzare i sistemi informativi aziendali per realizzare attività comunicative con riferimento a diversi contesti ➤ Inquadrare l'attività di marketing nel ciclo di vita dell'azienda e individuare con riferimento a specifici contesti nazionali e internazionali le politiche di mercato da attuare ➤ Utilizzare le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio, ricerca e approfondimento disciplinare				
<table><tr><td>CONOSCENZE</td><td>ABILITA'</td></tr><tr><td> ● Il business plan ● I destinatari del business plan ● La struttura e il contenuto del business plan ● Le principali differenze tra iniziative nazionali e internazionali ● L'analisi del Paese estero ● Il business plan per l'internazionalizzazione ● Il marketing plan ● Le principali politiche di marketing nazionali e internazionali ● Casi aziendali di nuove iniziative di business </td><td> ● Individuare gli obiettivi del business plan ● Individuare i destinatari del business plan ● Distinguere le diverse fasi di redazione del business plan ● Redigere un business plan in situazioni operative semplificate ● Individuare le caratteristiche specifiche per la redazione del business plan di una iniziativa internazionale ● Individuare gli obiettivi del marketing plan ● Elaborare semplici piani di marketing anche in riferimento alle politiche di mercato negli scambi con l'estero ● Analizzare casi e situazioni operative anche in lingua inglese (con il supporto dell'insegnante di lingua) ● Produrre report in relazione ai casi studiati anche in lingua inglese (con il supporto dell'insegnante di lingua) </td></tr></table>		CONOSCENZE	ABILITA'	● Il business plan ● I destinatari del business plan ● La struttura e il contenuto del business plan ● Le principali differenze tra iniziative nazionali e internazionali ● L'analisi del Paese estero ● Il business plan per l'internazionalizzazione ● Il marketing plan ● Le principali politiche di marketing nazionali e internazionali ● Casi aziendali di nuove iniziative di business	● Individuare gli obiettivi del business plan ● Individuare i destinatari del business plan ● Distinguere le diverse fasi di redazione del business plan ● Redigere un business plan in situazioni operative semplificate ● Individuare le caratteristiche specifiche per la redazione del business plan di una iniziativa internazionale ● Individuare gli obiettivi del marketing plan ● Elaborare semplici piani di marketing anche in riferimento alle politiche di mercato negli scambi con l'estero ● Analizzare casi e situazioni operative anche in lingua inglese (con il supporto dell'insegnante di lingua) ● Produrre report in relazione ai casi studiati anche in lingua inglese (con il supporto dell'insegnante di lingua)
CONOSCENZE	ABILITA'				
● Il business plan ● I destinatari del business plan ● La struttura e il contenuto del business plan ● Le principali differenze tra iniziative nazionali e internazionali ● L'analisi del Paese estero ● Il business plan per l'internazionalizzazione ● Il marketing plan ● Le principali politiche di marketing nazionali e internazionali ● Casi aziendali di nuove iniziative di business	● Individuare gli obiettivi del business plan ● Individuare i destinatari del business plan ● Distinguere le diverse fasi di redazione del business plan ● Redigere un business plan in situazioni operative semplificate ● Individuare le caratteristiche specifiche per la redazione del business plan di una iniziativa internazionale ● Individuare gli obiettivi del marketing plan ● Elaborare semplici piani di marketing anche in riferimento alle politiche di mercato negli scambi con l'estero ● Analizzare casi e situazioni operative anche in lingua inglese (con il supporto dell'insegnante di lingua) ● Produrre report in relazione ai casi studiati anche in lingua inglese (con il supporto dell'insegnante di lingua)				
Periodo di realizzazione	Secondo periodo				
Tempi	20 ore				
Principali fasi dell'UDA	Fase 1: Business plan e marketing plan, anche per l'internazionalizzazione				
UDA: LE OPERAZIONI DI IMPORT E DI EXPORT					

Competenze e risultati di apprendimento	➤ Riconoscere e interpretare i macro-fenomeni economici nazionali e internazionali per connetterli alla specificità di un'azienda ➤ Utilizzare i sistemi informativi aziendali per realizzare attività comunicative con riferimento a diversi contesti ➤ Documentare le procedure e ricercare soluzioni efficaci rispetto a situazioni date	
CONOSCENZE		ABILITA'
● Il Sistema Italia per l'internazionalizzazione delle imprese ● Le operazioni di import e di export ● Il regolamento delle compravendite internazionali ● Le caratteristiche delle esportazioni ● La procedura doganale di esportazione e i relativi documenti ● Il ruolo dello spedizioniere doganale ● Le caratteristiche delle importazioni ● La procedura doganale di importazione e i relativi documenti ● Casi aziendali di import e di export		● Riconoscere gli elementi distintivi delle operazioni di import e di export ● Individuare le forme di regolamento più adatte in relazione al grado di rischio delle diverse situazioni operative ● Distinguere le diverse fasi delle operazioni doganali di esportazione ● Distinguere le diverse fasi delle operazioni doganali di importazione
Periodo di realizzazione	Secondo periodo	
Tempi	10 ore	
Principali fasi dell'UDA	Fase 1: Analisi Paese, fasi delle operazioni con l'estero, documenti delle operazioni di import-export e metodi di regolamento	

SAPERI MINIMI

Conoscenze:

- Il sistema informativo di bilancio
- La normativa civilistica sul bilancio
- La rielaborazione dello Stato Patrimoniale e del Conto economico
- L'analisi della redditività, della struttura patrimoniale e finanziaria
- I rendiconti finanziari
- La contabilità gestionale e l'analisi dei costi
- La contabilità gestionale a supporto delle decisioni aziendali di breve periodo
- La break even analysis
- **Strategie d'impresa**
- Il controllo di gestione e i budget
- L'analisi degli scostamenti e il reporting
- Il business plan
- Il marketing plan
- Le operazioni di import e di export

Abilità:

- Rilevare in P.D. le operazioni d'esercizio e assestamento
- Redigere il Bilancio d'esercizio
- Riclassificare lo Stato patrimoniale e il Conto economico
- Calcolare e commentare gli indici di redditività, patrimoniali e finanziari
- Redigere il Rendiconto finanziario
- Calcolare il costo del prodotto utilizzando le diverse metodologie di calcolo
- Risolvere problemi di scelta di convenienza economica
- Calcolare e rappresentare il punto di equilibrio
- Individuare le caratteristiche, le funzioni e gli elementi del budget

- Redigere i vari budget
- Calcolare gli scostamenti e analizzarne le cause
- Redigere un business plan in situazioni operative semplificate
- Elaborare semplici piani di marketing anche per l'estero
- Produrre report in relazione ai casi studiati
- Riconoscere gli elementi distintivi delle operazioni di import e di export
- Impostare semplici casi aziendali con dati a scelta

METODOLOGIA, STRUMENTI, VERIFICHE, VALUTAZIONE E RECUPERO

Attività didattica

- Lezioni frontali, laboratoriali, partecipate.
- Discussioni in classe.
- Elaborazione di schemi e/o mappe concettuali
- Analisi e produzione di documenti
- Esercitazioni
- Elaborazione e impostazione di esercizi con dati a scelta
- Analisi di casi aziendali

Strumenti

- Libro di testo in adozione: **Barale, Nazzaro e Ricci, "Impresa, marketing e mondo up 3", Ed. Tramontana**
- Appunti e materiale del docente
- Schemi riassuntivi
- Documenti aziendali
- LIM/Digital Board
- Riviste e materiale di settore
- Codice Civile
- Prodotti multimediali
- Ricerche on line
- Piattaforma Google Suite for Education dell'Istituto (posta istituzionale, Classroom, Drive, Calendar, ecc.)

Verifica e valutazione

VERIFICHE FORMATIVE

Tipologia: brevi verifiche orali; esercizi da svolgere in classe seguiti dall'autocorrezione; test di vario genere; lavoro di gruppo.

VERIFICHE SOMMATIVE (numero minimo di prove)

PRIMO PERIODO

- 2 prove orali
- 2 prove scritte

SECONDO PERIODO

- 2 prove orali
- 3 prove scritte

Tipologia: prove strutturate o semistrutturate, verifiche orali, domande a risposta aperta, brevi trattazioni, esercizi applicativi, analisi e comprensione di un testo o documento, analisi di casi aziendali, prove progettuali, simulazioni aziendali, prove con dati a scelta con vincoli definiti dal docente.

Le prove scritte avranno una durata variabile in relazione alla complessità degli argomenti oggetto di verifica e serviranno a stabilire se sono stati raggiunti gli obiettivi per i quali è stato progettato e realizzato un intervento didattico, fissando per ognuna di esse la prestazione a cui far corrispondere il livello minimo di sufficienza.

La prestazione sarà valutata facendo riferimento ai seguenti parametri:

PROVE ORALI

- conoscenza dell'argomento
- esposizione
- capacità logiche e di collegamento
- applicazione (se richiesta)

PROVE SCRITTE:

- a) PARTE ARGOMENTATIVA
 - completezza e correttezza delle informazioni
 - esposizione e organicità
- b) PARTE APPLICATIVA
 - correttezza e completezza
 - coerenza degli importi
 - rispetto dei vincoli della traccia.

Nella valutazione finale saranno considerate non solo le conoscenze specifiche, ma anche i progressi dell'alunno, la partecipazione in classe, l'impegno dimostrato e l'interesse per la materia.

La valutazione sarà formulata mediante due voti nel primo periodo (scritto e orale) e voto unico a fine anno scolastico.

La scala di valori per le singole prove e per la valutazione finale va da **1/10 a 10/10**.

E' prevista una simulazione della seconda prova d'Esame nel mese di Maggio.

ATTIVITA' DI RECUPERO: ripasso dei concetti fondamentali in classe; esercizi di rinforzo; sintesi e schemi riassuntivi; tutor tra pari; lavoro di gruppo; controllo dei compiti; corso di recupero pomeridiano o "sportello pomeridiano" nel caso di evidenti difficoltà.

DIDATTICA DIGITALE INTEGRATA (qualora autorizzata dal Consiglio di classe)

METODOLOGIA E STRUMENTI

Metodologie educativo-didattiche nelle attività a distanza:

- materiali e strumenti digitali di studio: libro di testo parte digitale, presentazioni multimediali, video prodotti dall'insegnante e/o opportunamente selezionati dal web, materiali didattici ragionati accompagnati da spiegazioni mirate, schemi;
- gestione dell'interazione, anche emozionale, con gli alunni: videolezioni in differita o in diretta, audio lezione differita o in diretta, WhatsApp, se necessario e soltanto di supporto al mantenimento dei contatti con gli studenti;
- piattaforme e strumenti/canali di comunicazione: piattaforma Google Suite for Education dell'Istituto (posta istituzionale, Meet, Classroom, Drive, Calendar,), Registro Elettronico Classeviva e Piattaforma Spaggiari Scuola e Territorio, sito istituzionale dell'Istituto "Sansovino-Obici".