

## PROGRAMMAZIONE DI ECONOMIA AZIENDALE e GEOPOLITICA: CLASSE 3<sup>A</sup> RIM

Conoscenze	Abilità	Competenze
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Norme relative all'IVA e modalità di tenuta dei registri IVA.</li> <li>• Strumenti di rappresentazione, descrizione e documentazione dei flussi informativi; i cicli della attività aziendale.</li> <li>• Il patrimonio e i suoi elementi costitutivi, i suoi aspetti, la sua struttura.</li> <li>• Le correlazioni tra investimenti e finanziamenti.</li> <li>• Il concetto di periodo amministrativo e di esercizio e la competenza economica dei costi e dei ricavi.</li> <li>• Strumenti di rappresentazione, descrizione e documentazione delle procedure e dei flussi informativi.</li> <li>• Aspetti finanziari ed economici delle diverse aree della gestione aziendale.</li> <li>• Regole e tecniche di contabilità generale.</li> <li>• Principi contabili della competenza e prudenza.</li> <li>• Normative e tecniche di redazione del sistema di bilancio (aspetti essenziali).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sapere redigere la fattura, anche in presenza di più aliquote Iva.</li> <li>• Compilare i registri IVA.</li> <li>• Rappresentare e documentare procedure e flussi informativi.</li> <li>• Individuare e analizzare le operazioni delle aree gestionali.</li> <li>• Individuare le fonti e analizzare i contenuti delle regole contabili.</li> <li>• Redigere la contabilità.</li> <li>• Riconoscere i documenti che compongono il sistema di bilancio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli e processi.</li> <li>• Utilizzare i sistemi informativi aziendali per realizzare attività comunicative.</li> <li>• Utilizzare le tecniche e le procedure di rilevazione contabile delle operazioni aziendali.</li> <li>• Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali .</li> <li>• Comprensione ed uso appropriato della terminologia disciplinare specifica.</li> </ul>

## PROGRAMMAZIONE DI ECONOMIA AZIENDALE e GEOPOLITICA: CLASSE 4<sup>A</sup> RIM

Conoscenze	Abilità	Competenze
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Il bilancio d'esercizio delle imprese individuali e delle società di persone. Lo Stato patrimoniale e il Conto economico Redazione del prospetto di raccordo e del bilancio d'esercizio civilistico in forma abbreviata .Principi contabili nazionali e internazionali.</li> <li>• La riapertura dei conti e gli storni contabili relativi ai conti infrannuali (rimanenze, risconti, ratei, fatture da emettere e ricevere). L'utilizzo dei fondi rischi e dei fondi oneri.</li> <li>• Principi contabili. Regole e tecniche di contabilità generale. Normativa e tecniche di redazione del bilancio d'esercizio.</li> <li>• Il mercato del lavoro. L'organizzazione del lavoro . La funzione delle risorse umane. Il reclutamento del personale, la selezione del personale e il curriculum vitae europeo. I contratti di lavoro subordinato e non subordinato. Il Testo unico sulla sicurezza del lavoro. La valorizzazione delle risorse umane in azienda. La valutazione del lavoro e i piani di carriera. L'amministrazione del personale. La retribuzione e i suoi elementi. Gli istituti previdenziali. Il foglio paga, il modello CUD e il conguaglio fiscale. L'estinzione del rapporto di lavoro e il TFR. I libri obbligatori del datore di lavoro.</li> <li>• Progetto 730: conoscere il modello base della dichiarazione dei redditi.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Individuare le finalità del bilancio d'esercizio e dei documenti che lo compongono. Individuare e interpretare i documenti che compongono il sistema informativo di bilancio . Individuare le funzioni dei principi contabili</li> <li>• Registrare in P.D. le operazioni di riapertura dei conti. Registrare in P.D. le operazioni relative allo storno di esistenze iniziali di magazzino, risconti, ratei, fatture da ricevere e fatture da emettere.</li> <li>• Individuare le fonti e analizzare i contenuti dei principi contabili. Applicare la normativa civilistica. Redigere e commentare lo Stato patrimoniale e il Conto economico. Distinguere i principi contabili nazionali dai principi contabili internazionali. Interpretare e commentare i documenti che compongono i sistemi di bilancio.</li> <li>• Individuare le caratteristiche del mercato del lavoro e le modalità della sua evoluzione. Riconoscere le diverse tipologie di rapporto di lavoro subordinato, autonomo e di collaborazione. Distinguere i canali di reclutamento delle risorse umane. Redigere il Curriculum Vitae Europeo. Individuare le fasi di selezione e reclutamento delle risorse umane. Illustrare le fasi di svolgimento del rapporto di lavoro subordinato. Riconoscere gli elementi della retribuzione del lavoratore dipendenti e dei collaboratori, applicare le norme previdenziali e fiscali nei confronti dei lavoratori subordinati, compilare il prospetto paga e i documenti amministrativi connessi a tali contratti e rilevare in P.D. la liquidazione di salari e stipendi, dei contributi sociali e delle ritenute fiscali. Calcolare e rilevare in P.D. il trattamento di fine rapporto.</li> <li>• Saper compilare un modello 730 elementare.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Individuare e accedere alla normativa pubblicitaria, civilistica e fiscale con particolare riferimento alle attività aziendali. Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali con l'ausilio di programmi di contabilità integrata. Utilizzare i sistemi informativi aziendali e gli strumenti di comunicazione integrata d'impresa per realizzare attività comunicative con riferimento a differenti contesti.</li> <li>• Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali con l'ausilio dei programmi di contabilità integrata.</li> <li>• Orientarsi nella normativa pubblicitaria, civilistica e fiscale. Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi e flussi informativi con riferimento alle differenti tipologie di imprese. Analizzare e produrre i documenti relativi alla rendicontazione sociale e ambientale, alla luce dei criteri sulla responsabilità sociale d'impresa.</li> <li>• 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 con l'ausilio dei programmi di contabilità integrata.</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• La gestione delle vendite. Il sistema informativo di marketing. Ricerche di marketing. Il piano di marketing La qualità totale. Il marketing mix. Il prodotto. La politica di prodotto, di prezzo, di comunicazione, distributiva. L'apparato distributivo. La regolamentazione del commercio. La rete di vendita. I costi distribuzione Le fasi del ciclo della compravendita internazionale. Le normative applicabili al contratto di compravendita internazionale. Contenuto e redazione del contratto. Condizioni particolari e generali di vendita. Clausole internazionali di consegna della merce: gli Incoterms. Rischi connessi al regolamento dei crediti verso clienti esteri. Principali forme di regolamento. Garanzie e assicurazione dei crediti. Enti a supporto dell'internazionalizzazione. Il mercato dei cambi, la quotazione dei cambi e le operazioni in valuta. I listini bancari dei cambi. La logistica internazionale. I servizi di trasporto internazionale. Le modalità di trasporto. I documenti per il trasferimento della merce. La disciplina degli scambi con l'estero. Gli adempimenti doganali.</li> <li>• Cambiamenti provocati dalla guerra mondiale e poi dalla caduta del muro di Berlino Ascesa dei paesi BRIC. Posizione dell'Italia nella divisione internazionale del lavoro. La posizione dell'Italia nei mercati internazionali. La crisi internazionali del 2008 e la grande depressione. Ruolo delle organizzazioni internazionali e politiche liberiste.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Distinguere le caratteristiche di una vendita all'estero. Definire le regole contrattuali adatte alle diverse situazioni. Individuare le norme applicabili e le principali convenzioni internazionali. Comprendere e distinguere gli aspetti tecnici della redazione di un contratto internazionale. Individuare i contenuti principali di un contratto internazionale. Definire i rischi e gli oneri del trasporto Individuare le caratteristiche delle diverse clausole di consegna della merce. Distinguere un rischio commerciale da un rischio politico. Riconoscere le caratteristiche delle diverse forme di regolamento, di garanzia e di assicurazione degli scambi internazionali e individuare le forme più adeguate alle diverse situazioni operative. Riconoscere la funzione del mercato dei cambi. Leggere un cambio. Applicare a ciascuna operazione il cambio di riferimento. Riconoscere la rilevanza della funzione logistica e i requisiti fondamentali del trasporto. Individuare le modalità di trasporto adeguate alle diverse situazioni operative. Individuare i documenti necessari al trasferimento della merce e distinguere le diverse tipologie di documenti. Individuare le procedure doganali intra ed extracomunitarie. Distinguere gli adempimenti doganali nelle diverse destinazioni.</li> <li>• Navigare nella rete e utilizzare le piattaforme che danno informazioni su questo argomento.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inquadrare l'attività di marketing nel ciclo di vita dell'azienda e realizzare applicazioni con riferimento a specifici contesti e diverse politiche di mercato . Utilizzare i sistemi informativi aziendali e gli strumenti di comunicazione integrata d'impresa, per realizzare attività comunicative con riferimento a differenti contesti. Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento.</li> <li>• Costruire e interpretare grafici e tabelle. Selezionare informazioni a partire dai motori di ricerca, dai siti, dalle piattaforme.</li> </ul>
--	--	---

## PROGRAMMAZIONE DI ECONOMIA AZIENDALE e GEOPOLITICA: CLASSE 5<sup>A</sup> RIM

Conoscenze	Abilità	Competenze
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Principi contabili. Normative e tecniche di redazione del sistema di bilancio. Analisi di bilancio per indici e per flussi.</li> <li>• Strumenti e processo di pianificazione strategica e di controllo di gestione. Tecniche di reporting realizzate con il supporto informatico. Business plan di imprese che operano nel mercato interno ed estero. Politiche di mercato e piani di marketing nazionali e internazionali.</li> <li>• Principi, teoria e tecniche di marketing internazionale. Analisi e politiche di mercato nazionale e internazionale. Leve di marketing Struttura del piano di marketing. Architettura del sistema informativo aziendale. Modelli, strumenti e forme di comunicazione aziendale integrata. Finalità, concetti e tipologie della comunicazione d'impresa.</li> <li>• Lessico e fraseologia specifici di settore, anche in lingua inglese.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Individuare le fonti e analizzare i contenuti dei principi contabili. Redigere e commentare i documenti che compongono il sistema di bilancio. Interpretare la realtà aziendale attraverso l'analisi di bilancio per indici e per flussi e comparare bilanci di aziende diverse.</li> <li>• Delineare il processo di pianificazione, programmazione e controllo individuandone i tipici strumenti e il loro utilizzo, con particolare riferimento alle imprese che operano nei mercati internazionali. Costruire il sistema di budget; comparare e commentare gli indici ricavati dall'analisi dei dati. Predisporre report differenziati in relazione ai destinatari, anche in lingua straniera. Costruire un business plan. Elaborare piani di marketing in riferimento alle politiche di mercato negli scambi con l'estero.</li> <li>• Ricercare e descrivere le caratteristiche di mercati di beni o servizi. Costruire strumenti di indagine, raccogliere dati, elaborarli, interpretarli per individuare in un dato contesto il comportamento dei consumatori e delle imprese concorrenti. Riconoscere l'evoluzione delle strategie di marketing. Elaborare piani di marketing in relazione alle politiche di mercato nazionale e internazionale. Individuare e analizzare sotto il profilo strategico, finanziario ed economico le operazioni delle aree gestionali. Utilizzare codici e tecniche della comunicazione funzionali a contesti interni ed esterni all'azienda. Riconoscere e rappresentare l'architettura di un sistema informativo aziendale. Elaborare piani di comunicazione integrata rivolti ai differenti soggetti interessati.</li> <li>• Utilizzare lessico e fraseologia specifici di settore, anche in lingua inglese.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali. Utilizzare i sistemi informativi aziendali e gli strumenti di comunicazione integrata d'impresa, per realizzare attività comunicative con riferimento a differenti contesti.</li> <li>• Applicare i principi e gli strumenti della programmazione e del controllo di gestione, analizzandone i risultati. Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi e flussi informativi con riferimento alle differenti tipologie di imprese. Utilizzare i sistemi informativi aziendali e gli strumenti di comunicazione integrata d'impresa, per realizzare attività comunicative con riferimento a differenti contesti. Inquadrare l'attività di marketing nel ciclo di vita dell'azienda e realizzare applicazioni con riferimento a specifici contesti e diverse politiche di mercato.</li> <li>• Riconoscere e interpretare le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali anche per coglierne le ripercussioni in un dato contesto. Inquadrare l'attività di marketing nel ciclo di vita dell'azienda e realizzare applicazioni con riferimento a specifici contesti e diverse politiche di mercato. Utilizzare i sistemi informativi aziendali e gli strumenti di comunicazione integrata d'impresa, per realizzare attività comunicative con riferimento a differenti contesti. Riconoscere i diversi modelli organizzativi aziendali, documentare le procedure e ricercare soluzioni efficaci rispetto a situazioni date. Analizzare e produrre i documenti relativi alla rendicontazione sociale e ambientale, alla luce dei criteri sulla responsabilità sociale d'impresa. Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di <i>team working</i> più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento.</li> <li>• Padroneggiare la lingua inglese per scopi comunicativi e utilizzare i linguaggi settoriali relativi ai percorsi di studio, per interagire in diversi ambiti e contesti professionali, al livello B2 del quadro comune europeo di riferimento per le lingue (QCER).</li> </ul>