Palazzolo - IIS " Falcone"

Ministero dell'Istruzione e del Merito
ISTITUTO DI ISTRUZIONE SUPERIORE "Giovanni Falcone"
Istituto Prof.le per i Servizi Commerciali, Comm.li Pubblicitari, per la Sanità e l'Assistenza Sociale, IEFP Turistico e Grafico
Istituto Tecnico: Turismo, Grafica e Comunicazione, A.F.M. (Relazioni Internazionali per il Marketing)
Via Levadello 24 – 25036 Palazzolo sull'Oglio (BS)
Tel. 0307405911 – fax 0307401226 – C.F. 91001910172
www.falconeiis.edu.it – email: BSIS03400L@istruzione.it

ESAMI IDONEITÀ - ESAMI INTEGRATIVI

CONTENUTI DISCIPLINARI MINIMI

INDIRIZZO: A.F.M. .RIM

CLASSE: ☐1 - ☐2 - ☐3 - ☒4 - ☐5

MATERIA: Economia aziendale e geopolitica

Libro di testo consigliato	IMPRESA, MARKETING E MONDO PIÙ VOL 2
Autore	BARALE, NAZZARO, RICCI
Casa editrice	TRAMONTANA

Palazzolo - IIS " Falcone"

UDA/MODULO (titolo UDA/modulo)	**CONTENUTI**	**COMPETENZE/ABILITA'**	**TIPOLOGIA VERIFICHE**
I BILANCI AZIENDALI	Le operazioni tipiche delle società di capitali Regole e tecniche di contabilità generale Principi contabili nazionali e internazionali Aspetti economici e finanziari delle diverse aree di gestione aziendale Normativa e tecniche di redazione del sistema di bilancio	Orientarsi nella normativa pubblicistica, civilistica e fiscale con particolare riferimento alle attività aziendali. Interpretare processi e flussi informativi con riferimento alle differenti tipologie di imprese. Analizzare e produrre i documenti relativi alla rendicontazione economico – finanziaria	(Indicare la tipologia della prova prevista) ☒ **Scritta** ☐ **Pratica** ☒ **Orale**
LA GESTIONE FINANZIARIA, LE BANCHE E IL SUPPORTO ALLE IMPRESE	CENNI SU Correlazioni, calcoli, analisi relative al fabbisogno finanziario e alle connesse fonti di finanziamento nelle diverse forme giuridiche d'impresa Le funzioni delle banche Le operazioni tipiche delle banche Le strategie delle banche per competere sui mercati internazionali	Distinguere e valutare le fonti di finanziamento, effettuando calcoli di convenienza per individuare soluzioni ottimali. Orientarsi nel mercato dei prodotti bancari/finanziari per ricercare soluzioni economicamente vantaggiose. Orientarsi nella normativa pubblicistica, civilistica e fiscale con particolare riferimento alle attività aziendali	
IL MARKETING INTERNAZIONALE E IL CICLO DEGLI SCAMBI INTERNAZIONALI	Principi, teoria e tecniche di marketing internazionale, Analisi e politiche di mercato nazionale e internazionale, Leve di marketing ,Struttura del piano di marketing Il marketing mix,Il prodotto, La politica di prodotto, La politica di prezzo La politica di comunicazione, La politica distributiva, L'apparato distributivo Strategie di marketing internazionale, Internazionalizzazione delle imprese Le modalità di ingresso nei mercati	Riconoscere e interpretare le tendenze dei mercati locali, nazionali e internazionali. Inquadrare l'attività di marketing nel ciclo di vita dell'azienda, anche in contesti internazionali. 4tilizzare i sistemi informativi aziendali e gli strumenti di comunicazione d'impresa per realizzare attività comunicative con riferimento a differenti contesti	

Palazzolo - IIS “ Falcone”

	esteri,Cenni sulla disciplina degli scambi con l’estero		
LA GESTIONE DELLE RISORSE UMANE E DEL MAGAZZINO	Struttura e funzione del magazzino Gestione del magazzino e controllo delle scorte Criteri di valutazione delle rimanenze CENNI SU: Caratteristiche del mercato del lavoro I contratti di lavoro subordinato La retribuzione e i suoi elementi. Gli istituti previdenziali Il foglio paga	Individuare le caratteristiche del mercato del lavoro. 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.	

Palazzolo sull’Oglio, 31.01.2024