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 3
Autore	BARALE, NAZZARO, RICCI
Casa editrice	TRAMONTANA

Palazzolo - IIS " Falcone"

UDA/MODULO (titolo UDA/modulo)	**CONTENUTI**	**COMPETENZE/ABILITA'**	**TIPOLOGIA VERIFICHE**
Redazione e analisi dei bilanci dell'impresa Le operazioni di import e di export) I BILANCI AZIENDALI	I sistema informativo di bilancio la normativa civilistica sul bilancio il bilancio IAS/IFRS la revisione legale 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	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	(Indicare la tipologia della prova prevista) ☒ **Scritta** ☐ **Pratica** ☒ **Orale**
Il controllo e la gestione dei costi dell'impresa	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 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	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	

Palazzolo - IIS “ Falcone”

La pianificazione e la programmazione dell’impresa	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 esteri,Cenni sulla disciplina degli scambi con l’estero	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 sull’Oglio, 31.01.2024