

CURRICOLO VERTICALE - AFM/TUR PRIMO BIENNIO

Disciplina prevalente di riferimento: Economia Aziendale

PROFILO IN USCITA E RISULTATI DI APPRENDIMENTO AL TERMINE DEL

I biennio

- Conosce i numeri, le misure e le strutture delle operazioni fondamentali e delle prestazioni matematiche di base.
- Si orienta nel tessuto produttivo del proprio territorio.
- Riconosce le caratteristiche essenziali del sistema socio economico.
- Individua le strategie appropriate per la soluzione di problemi.

TRAGUARDI DI SVILUPPO DELLE COMPETENZE (o COMPETENZE ATTESE) ALLA FINE DEL I BIENNIO	Obiettivi di apprendimento		Saperi essenziali	Obiettivi di apprendimento minimi
	in termini di ABILITÀ	in termini di CONOSCENZE		
<ul style="list-style-type: none"> - Orientarsi nel tessuto produttivo del proprio territorio. - Riconoscere le caratteristiche essenziali del sistema socio economico. - Individuare le strategie appropriate per la soluzione di problemi - Collocare l'esperienza personale in un sistema di regole fondato sul reciproco 	<ul style="list-style-type: none"> - Conoscere le regole fondamentali del calcolo proporzionale. - Conoscere il concetto e la tecnica dei riparti. - Saper applicare correttamente il calcolo proporzionale e la tecnica dei riparti nella soluzione di problemi complessi. - Riconoscere le modalità con cui l'intrapresa diventa impresa. - Riconoscere le tipologie di azienda e la struttura elementare che le connota. - Riconoscere la funzione economica delle diverse 	<ul style="list-style-type: none"> - Rapporti e proporzioni - Proporzionalità diretta e inversa - Calcolo percentuali sopra e sotto cento - I riparti. - Azienda come sistema. - Tipologie di aziende e caratteristiche della loro gestione. Elementi del sistema azienda. 	<ul style="list-style-type: none"> - Il calcolo proporzionale e percentuale. - Tipologie di aziende e loro caratteristiche 	<ul style="list-style-type: none"> - Saper applicare il calcolo proporzionale nella soluzione di semplici problemi - Riconoscere le principali tipologie di aziende - Classificare le imprese secondo il settore economico in cui operano;

<p>riconoscimento dei diritti garantiti dalla Costituzione, a tutela della persona della collettività e dell'ambiente</p>	<p>tipologie di aziende incluse le attività no profit.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Interpretare le clausole contrattuali; Determinare il prezzo di vendita in funzione delle clausole contrattuali - Conoscere i fondamenti del calcolo finanziario - Riconoscere le modalità di spostamento nel tempo dei capitali per risolvere i problemi di natura finanziaria. - Distinguere i vari mezzi di regolamento per la loro compilazione. - Individuare i vari fattori produttivi differenziandoli per natura e tipo di remunerazione. - Individuazione degli elementi fondamentali della situazione patrimoniale e della situazione economica. 	<ul style="list-style-type: none"> - Documenti della Compravendita e loro articolazione <p>Tecniche di Calcolo nei documenti della compravendita</p> <ul style="list-style-type: none"> - Concetto di interesse, montante, sconto e valore attuale. - Unificazione di più capitali: scadenza comune e scadenza adeguata. - Il sistema dei pagamenti e il ruolo delle banche. <p>Titoli di credito.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Quadro generale delle funzioni aziendali - Quadro generale della gestione aziendale. 	<ul style="list-style-type: none"> - Clausole relative alla consegna, all'imballaggio e al pagamento - Elementi che concorrono a formare la base imponibile IVA; - Elementi che rientrano nel totale fattura - Le formule dei calcoli finanziari. - Strumenti di pagamento - Operazioni interne ed esterne di gestione. - Finanziamenti di capitale proprio e capitale di debito - Investimenti aziendali 	<ul style="list-style-type: none"> - Riconoscere le principali clausole del contratto di compravendita - Saper calcolare la base imponibile IVA; saper determinare l'imposta in situazioni non particolarmente articolate; - Saper compilare una fattura ad un'aliquota IVA - Sapere applicare le formule dirette per la soluzione di semplici problemi di calcolo finanziario. - Compilare i vari mezzi di pagamento e saperne specificare il contenuto - Saper classificare le principali operazioni di gestione. - Distinguere gli elementi del patrimonio da quelli che compongono il reddito
---	--	--	---	--

CURRICOLO VERTICALE - AFM

Disciplina prevalente di riferimento: Economia Aziendale –
(INDIRIZZO AMMINISTRAZIONE FINANZA E MARKETING – AFM)

PROFILO IN USCITA E RISULTATI DI APPRENDIMENTO AL TERMINE DEL Il Biennio e V Anno

Lo studente è in grado di:

- 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;
- intervenire nei sistemi aziendali con riferimento a previsione, organizzazione, conduzione e controllo di gestione;
- 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.

TRAGUARDI DI SVILUPPO DELLE COMPETENZE (o COMPETENZE ATTESE) ALLA FINE DEL II BIENNIO e V Anno	Obiettivi di apprendimento		Saperi essenziali	Obiettivi di apprendimento minimi
	in termini di ABILITÀ	in termini di CONOSCENZE		
	SECONDO BIENNIO			
Riconoscere e interpretare: <ul style="list-style-type: none"> - le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali anche per coglierne le ripercussioni in un dato contesto; - i cambiamenti dei sistemi economici nella dimensione diacronica attraverso il confronto 	<ul style="list-style-type: none"> - Distinguere le aziende in relazione allo scopo e al settore di attività. - Individuare le relazioni tra l'azienda e il contesto esterno. - Individuare il soggetto giuridico ed economico dell'impresa. - Distinguere le forme giuridiche aziendali. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ambiente interno ed esterno all'impresa. - Scelte imprenditoriali 	<ul style="list-style-type: none"> - L'azienda e sue classificazioni - Le forme giuridiche delle imprese 	<ul style="list-style-type: none"> - Riconoscere le diverse forme giuridiche - Individuare gli stakeholder interni ed esterni all'azienda. - Distinguere le aziende in relazione allo scopo e al settore di attività

<p>fra epoche storiche e nella dimensione sincronica attraverso il confronto fra aree geografiche e culture diverse</p> <p>Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica e fiscale con particolare riferimento alle attività aziendali</p> <p>Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi e flussi informativi con riferimento alle differenti tipologie di imprese</p> <p>Riconoscere i sistemi aziendali nei loro modelli, processi e flussi informativi con riferimento alle differenti tipologie di imprese</p> <p>Individuare le caratteristiche del mercato del lavoro e collaborare alla gestione delle risorse umane</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Individuare le operazioni delle aree gestionali - Individuare le variazioni finanziarie ed economiche della gestione. - Correlare e comparare finanziamenti e impieghi anche in relazione alla forma giuridica d'impresa - Riconoscere gli elementi che costituiscono il patrimonio d'impresa - Riconoscere gli elementi che concorrono alla definizione del risultato economico d'impresa - Individuare le possibili fonti di finanziamento anche in relazione alla forma giuridica d'impresa - Rappresentare e documentare procedure e flussi informativi. - Redigere e commentare i documenti che compongono il sistema di bilancio 	<ul style="list-style-type: none"> - Le operazioni della gestione - Funzione struttura e contenuto dei preventivi d'impianto - Aspetti finanziari ed economici delle diverse aree della gestione aziendale - I prospetti del patrimonio e del reddito - Correlazione, calcolo, analisi relative al fabbisogno finanziario e alle connesse fonti di finanziamento in relazione alle esigenze aziendali. - Strumenti di rappresentazione, descrizione e documentazione delle procedure e dei flussi informativi - Normative e tecniche di redazione del sistema di bilancio in relazione alla forma giuridica e alla tipologia di azienda. 	<ul style="list-style-type: none"> - Gli aspetti finanziari ed economici della gestione - La situazione patrimoniale ed economica - Il risultato economico dell'esercizio - Le fonti di finanziamento nelle diverse forme giuridiche d'impresa. - Il Sistema Informativo Aziendale ed il Metodo della Partita Doppia - Contabilità generale: operazioni di costituzione e gestione dell'impresa, in relazione alla diversa forma giuridica - Le operazioni di assestamento e di chiusura per la determinazione del risultato economico - Caratteristiche e disciplina giuridica delle società di 	<ul style="list-style-type: none"> - Distinguere le operazioni della gestione - Distinguere i valori finanziari da quelli economici - Riconoscere gli elementi che concorrono alla definizione del risultato economico dell'impresa - Classificare e rappresentare gli elementi del patrimonio - Individuare le relazioni tra attività, passività e patrimonio netto - Determinare il fabbisogno finanziario di un'impresa; - Conoscere i principali titoli che vengono negoziati nei mercati finanziari - Saper rilevare in partita doppia i principali fatti di gestione di un'impresa - Individuare la competenza economica dei costi e dei ricavi. - Saper registrare i principali assestamenti di fine periodo. - Predisporre semplici situazioni contabili - Redigere semplici documenti di bilancio
---	---	---	--	--

<p>Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali</p> <p>Applicare i principi e gli strumenti della programmazione e del controllo di gestione, analizzandone i risultati</p> <p>Inquadrare l'attività di marketing nel ciclo di vita dell'azienda e realizzare applicazioni con riferimento a specifici contesti e diverse politiche di mercato</p> <p>Orientarsi nel mercato dei prodotti assicurativo-finanziari, anche per collaborare nella ricerca di soluzioni economicamente vantaggiose</p> <p>Utilizzare i sistemi informativi aziendali e gli strumenti di comunicazione integrata d'impresa, per realizzare attività comunicative con riferimento a differenti contesti</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Raffrontare tipologie diverse di rapporti di lavoro e indicare criteri di scelta in relazione ad economicità, efficienza, contesto sociale e territoriale - Calcolare la remunerazione del lavoro in relazione alla tipologia contrattuale e redigere i connessi documenti amministrativi <p>Riconoscere soggetti dell'attività bancaria</p> <ul style="list-style-type: none"> - Effettuare alcuni calcoli relativi alle operazioni bancarie - Costruire strumenti di indagine, raccogliere dati, elaborarli, interpretarli per individuare in un dato contesto il comportamento dei consumatori e delle imprese concorrenti <ul style="list-style-type: none"> - Comprendere semplici piani di marketing - Riconoscere l'evoluzione delle strategie di marketing 	<ul style="list-style-type: none"> - Caratteristiche del mercato del lavoro - Struttura, contenuto e aspetti economici dei contratti di lavoro. - gestione delle risorse umane - Tecniche di selezione del personale <p>Aspetti tecnici, economici, giuridici, fiscali e contabili di alcune semplici operazioni di intermediazione finanziaria bancaria e relativa documentazione</p> <ul style="list-style-type: none"> - Principi, teoria e tecniche di marketing - Analisi e politiche di mercato - Leve di marketing 	<p>persone e delle società di capitale e del loro sistema informativo contabile;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Normative e tecniche di redazione del sistema di bilancio in relazione alla forma giuridica e alla tipologia di azienda. <ul style="list-style-type: none"> - Il mercato del lavoro e le sue caratteristiche: forme contrattuali, tipologie del rapporto di lavoro - obblighi previdenziali e fiscali dell'impresa; - elementi della retribuzione; - TFR <ul style="list-style-type: none"> - Le operazioni di raccolta: caratteristiche giuridiche e tecniche dei conti correnti di corrispondenza - I servizi bancari <ul style="list-style-type: none"> - Il marketing mix: prodotto, prezzo, distribuzione e comunicazione 	<ul style="list-style-type: none"> - Individuare le principali caratteristiche del bilancio <ul style="list-style-type: none"> - liquidare le retribuzioni e i relativi oneri sociali, calcolare il T.F.R. ed effettuare le principali registrazioni in P.D. <ul style="list-style-type: none"> - Riconoscere le caratteristiche di un c/c di corrispondenza e saperlo leggere - Individuare le caratteristiche dei diversi servizi resi dalle banche <ul style="list-style-type: none"> - Indicare gli elementi del marketing mix.
---	---	--	--	--

		- Struttura del piano di marketing		
	QUINTO ANNO			
Analizzare e produrre i documenti relativi alla rendicontazione sociale e ambientale, alla luce dei criteri sulla responsabilità sociale d'impresa	<ul style="list-style-type: none"> - Delineare il processo di pianificazione, programmazione e controllo individuandone i tipici strumenti e il loro utilizzo. - Costruire il sistema di budget. - Comparare e commentare gli indici ricavati dall'analisi dei dati. - Costruire business plan - Elaborare semplici piani di marketing 	<ul style="list-style-type: none"> - Strumenti e processo di pianificazione strategica e di controllo di gestione Business plan - Politiche di mercato e piani di marketing aziendali 	<ul style="list-style-type: none"> - Oggetto e scopo della contabilità analitica. - La break-even analysis - La pianificazione strategica - L'analisi SWOT - Il budget. - Il business plan 	<ul style="list-style-type: none"> - Calcolare i costi di prodotto - Calcolare e rappresentare graficamente il punto d'equilibrio - Costruire il sistema di budget: redigere i budget settoriali e il budget annuale. - Illustrare i principi di redazione e il contenuto del business plan.
Identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti	<ul style="list-style-type: none"> - Riconoscere gli elementi di positività e criticità espressi nella certificazione di revisione. - Interpretare la normativa fiscale e predisporre la dichiarazione dei redditi d'impresa. - Interpretare l'andamento della gestione aziendale attraverso l'analisi di bilancio per indici e per flussi e comparare bilanci di aziende diverse - Confrontare bilanci sociali e ambientali commentandone i risultati 	<ul style="list-style-type: none"> - Norme e procedure di revisione e controllo dei bilanci - Normativa in materia di imposte sul reddito d'impresa - Analisi di bilancio per indici - Conoscenze di base sui flussi finanziari ed economici 	<ul style="list-style-type: none"> - Conoscere le caratteristiche delle imprese industriali. - Il bilancio di esercizio secondo la normativa civilistica. - La riclassificazione dello Stato Patrimoniale e del conto economico - Gli indici di bilancio - Conoscenze di base sui flussi finanziari ed economici - Il rendiconto finanziario - Il reddito d'impresa 	<ul style="list-style-type: none"> - Costruire il bilancio di esercizio e le tavole della Nota Integrativa con dati a scelta. - Riclassificare il bilancio e calcolare i principali indici e flussi. - Calcolare la base imponibile Irap e Ires
		- Rendicontazione ambientale e sociale dell'impresa	- Il bilancio socio ambientale	- Individuare il contenuto e le finalità del bilancio socio-ambientale.

CURRICOLO VERTICALE - SIA

***Disciplina prevalente di riferimento:* Economia Aziendale – SIA**
(INDIRIZZO AMMINISTRAZIONE FINANZA E MARKETING – ARTICOLAZIONE SIA)

PROFILO IN USCITA E RISULTATI DI APPRENDIMENTO AL TERMINE DEL II Biennio e V Anno

Lo studente è in grado di:

- 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;
- intervenire nei sistemi aziendali con riferimento a previsione, organizzazione, conduzione e controllo di gestione;
- 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.
- utilizzare le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio, ricerca e approfondimento disciplinare.

TRAGUARDI DI SVILUPPO DELLE COMPETENZE (o COMPETENZE ATTESE) ALLA FINE DEL II BIENNIO e V Anno	Obiettivi di apprendimento		Saperi essenziali	Obiettivi di apprendimento minimi
	in termini di ABILITÀ	in termini di CONOSCENZE		
Riconoscere e interpretare: <ul style="list-style-type: none"> - le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali anche per coglierne le ripercussioni in un dato contesto; - i cambiamenti dei sistemi economici nella dimensione diacronica attraverso il confronto 	SECONDO BIENNIO			
	<ul style="list-style-type: none"> - Distinguere le aziende in relazione allo scopo e al settore di attività - Individuare il soggetto giuridico ed economico dell'impresa - Correlare e comparare finanziamenti e impieghi 	<ul style="list-style-type: none"> - Ambiente interno ed esterno all'impresa. - Scelte imprenditoriali 	<ul style="list-style-type: none"> - Azienda e sue classificazioni. 	<ul style="list-style-type: none"> - Distinguere le aziende in relazione allo scopo e al settore di attività - Distinguere i valori finanziarie da quelli economici

<p>fra epoche storiche e nella dimensione sincronica attraverso il confronto fra aree geografiche e culture diverse</p> <p>Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica e fiscale con particolare riferimento alle attività aziendali</p> <p>interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi e flussi informativi con riferimento alle differenti tipologie di imprese</p> <p>Riconoscere i diversi modelli organizzativi aziendali, documentare le procedure e ricercare soluzioni efficaci rispetto a situazioni date</p> <p>Individuare le caratteristiche del mercato del lavoro e collaborare alla gestione delle risorse umane</p>	<p>anche in relazione alla forma giuridica d'impresa</p> <ul style="list-style-type: none"> - Individuare le variazioni finanziarie ed economiche della gestione. - Riconoscere gli elementi che costituiscono il patrimonio d'impresa - Riconoscere gli elementi che concorrono alla definizione del risultato economico d'impresa - Evidenziare i collegamenti esistenti fra i due prospetti della situazione patrimoniale e di quella economica. <ul style="list-style-type: none"> - Rappresentare e documentare procedure e flussi informativi. - Redigere e commentare i documenti che compongono il sistema di bilancio 	<ul style="list-style-type: none"> - Aspetti finanziari ed economici delle diverse aree della gestione aziendale - I prospetti del patrimonio e del reddito - Correlazione, calcolo, analisi del fabbisogno finanziario e alle connesse fonti di finanziamento in relazione alle esigenze aziendali. <ul style="list-style-type: none"> - Strumenti di rappresentazione, descrizione e documentazione delle procedure e dei flussi informativi - Normative e tecniche di redazione del sistema di bilancio in relazione alla forma giuridica e alla tipologia di azienda. 	<ul style="list-style-type: none"> - Gli aspetti finanziari ed economici della gestione - La situazione patrimoniale e la situazione economica - Il risultato economico dell'esercizio - Le fonti di finanziamento nelle diverse forme giuridiche d'impresa. <ul style="list-style-type: none"> - Il Sistema Informativo Aziendale ed il metodo della Partita Doppia - Contabilità Generale: operazioni di costituzione e gestione dell'impresa, in relazione alla diversa forma giuridica - Le operazioni di assestamento e di chiusura per la determinazione del risultato economico dell'esercizio - Caratteristiche e disciplina giuridica delle società di persone e delle società di capitale e del loro sistema informativo contabile; - Normative e tecniche di 	<ul style="list-style-type: none"> - Riconoscere le caratteristiche delle fonti di finanziamento - Classificare e rappresentare gli elementi del patrimonio - Riconoscere gli elementi che concorrono alla definizione del risultato economico d'impresa - Determinare il fabbisogno finanziario di un'impresa; - Conoscere i principali titoli che vengono negoziati nei mercati finanziari <ul style="list-style-type: none"> - Saper rilevare in partita doppia i principali fatti di gestione di un'impresa. - Individuare la competenza economica dei costi e dei ricavi. - Saper registrare i principali assestamenti di fine periodo. - Predisporre semplici situazioni contabili - Redigere semplici documenti di bilancio - Individuare le principali caratteristiche del bilancio
--	--	--	--	--

<p>Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali con l'ausilio di programmi di contabilità integrata</p> <p>applicare i principi e gli strumenti della programmazione e del controllo di gestione, analizzandone i risultati</p> <p>inquadrare l'attività di marketing nel ciclo di vita dell'azienda e realizzare applicazioni con riferimento a specifici contesti e diverse politiche di mercato</p> <p>Orientarsi nel mercato dei prodotti assicurativo-finanziari, anche per collaborare nella ricerca di soluzioni economicamente vantaggiose</p> <p>Utilizzare i sistemi informativi aziendali e gli strumenti di comunicazione integrata d'impresa, per realizzare</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Raffrontare tipologie diverse di rapporti di lavoro e indicare criteri di scelta in relazione ad economicità, efficienza, contesto sociale e territoriale - Calcolare la remunerazione del lavoro in relazione alla tipologia contrattuale e redigere i connessi documenti amministrativi - Riconoscere soggetti, caratteristiche gestionali e regole dei mercati dell'attività bancaria <p>Effettuare calcoli relativi alle operazioni bancarie</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Caratteristiche del mercato del lavoro - Struttura, contenuto e aspetti economici dei contratti di lavoro. - Gestione delle risorse umane. - Tecniche di selezione del personale - Aspetti tecnici, economici, giuridici, fiscali e contabili delle operazioni di intermediazione finanziaria bancaria e relativa documentazione 	<p>redazione del sistema di bilancio in relazione alla forma giuridica e alla tipologia di azienda.</p> <p>Il mercato del lavoro e le sue caratteristiche: forme contrattuali, tipologie del rapporto di lavoro obblighi previdenziali e fiscali dell'impresa elementi della retribuzione TFR</p> <p>- Le operazioni di raccolta: caratteristiche giuridiche e tecniche dei conti correnti di corrispondenza I servizi bancari</p>	<ul style="list-style-type: none"> - liquidare le retribuzioni e i relativi oneri sociali, calcolare il T.F.R. ed effettuare le principali registrazioni in P.D. - Riconoscere le caratteristiche di un c/c di corrispondenza e saperlo leggere - Individuare le caratteristiche dei diversi servizi resi dalle banche
	<ul style="list-style-type: none"> - Costruire strumenti di indagine, raccogliere dati, elaborarli, interpretarli per individuare in un dato contesto il comportamento dei consumatori e delle imprese concorrenti - Comprendere semplici piani di marketing - delle strategie di marketing 	<ul style="list-style-type: none"> - Principi, teoria e tecniche di marketing - Analisi e politiche di mercato - Leve di marketing - Struttura del piano di marketing 	<p>- Il marketing mix: prodotto, prezzo, distribuzione e comunicazione</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Indicare gli elementi del marketing mix

attività comunicative con riferimento a differenti contesti	QUINTO ANNO			
<p>analizzare e produrre i documenti relativi alla rendicontazione sociale e ambientale, alla luce dei criteri sulla responsabilità sociale d'impresa</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Riconoscere gli elementi di positività e criticità espressi nella certificazione di revisione. - Interpretare la normativa fiscale e predisporre la dichiarazione dei redditi d'impresa. - Interpretare l'andamento della gestione aziendale attraverso l'analisi di bilancio per indici e per flussi e comparare bilanci di aziende diverse 	<ul style="list-style-type: none"> - Norme e procedure di revisione e controllo dei bilanci - Normativa in materia di imposte sul reddito d'impresa - Analisi di bilancio per indici e per flussi. 	<ul style="list-style-type: none"> - Il bilancio d'esercizio secondo la normativa civilistica. - La riclassificazione dello Stato Patrimoniale e del conto economico - Gli indici di bilancio - Conoscenze di base sui flussi finanziari ed economici - Il Rendiconto Finanziario - Il reddito d'impresa 	<ul style="list-style-type: none"> - Individuare le funzioni del bilancio d'esercizio. - Redigere lo Stato patrimoniale e il Conto economico in forma ordinaria e in forma abbreviata. - Riclassificare il bilancio e calcolare i principali indici e flussi. - Calcolare i principali indici di bilancio - Individuare il concetto di reddito d'impresa secondo il TUIR.
<p>Identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Confrontare bilanci sociali e ambientali commentandone i risultati - Delineare il processo di pianificazione, programmazione e controllo individuandone i tipici strumenti e il loro utilizzo. - Costruire il sistema di budget; - comparare e commentare gli indici ricavati dall'analisi dei dati. - Costruire business plan - Elaborare semplici piani di marketing 	<ul style="list-style-type: none"> - Rendicontazione ambientale e sociale dell'impresa - Strumenti e processo di pianificazione strategica e di controllo di gestione Business plan - Politiche di mercato e piani di marketing aziendali 	<ul style="list-style-type: none"> - Il bilancio socio- ambientale - Oggetto e scopo della contabilità analitica. - La break-even analysis - La pianificazione strategica - L'analisi SWOT - Il budget - Il business plan 	<ul style="list-style-type: none"> - Individuare il contenuto e le finalità del bilancio socio-ambientale. - Individuare le funzioni e gli strumenti della contabilità gestionale - Classificare i costi aziendali - Individuare gli obiettivi della break-even analysis - Individuare gli elementi dell'Analisi SWOT - Costruire il sistema di budget: redigere i budget settoriali e il budget annuale. - Illustrare i principi di redazione e il contenuto del business plan.

CURRICOLO VERTICALE - RIM

Disciplina prevalente di riferimento: Economia Aziendale e Geo-Politica - RIM
(INDIRIZZO AMMINISTRAZIONE FINANZA E MARKETING – ARTICOLAZIONE RIM)

PROFILO IN USCITA E RISULTATI DI APPRENDIMENTO AL TERMINE DEL Il Biennio e V Anno

Lo studente è in grado di:

- 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;
- intervenire nei sistemi aziendali con riferimento a previsione, organizzazione, conduzione e controllo di gestione;
- 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.
- utilizzare le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio, ricerca e approfondimento disciplinare.

TRAGUARDI DI SVILUPPO DELLE COMPETENZE (o COMPETENZE ATTESE) ALLA FINE DEL II BIENNIO e V Anno	Obiettivi di apprendimento		Saperi essenziali	Obiettivi di apprendimento minimi
	in termini di ABILITÀ	in termini di CONOSCENZE		
	Secondo Biennio			
Riconoscere e interpretare: <ul style="list-style-type: none"> - 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; 	<ul style="list-style-type: none"> - Individuare le possibili fonti di finanziamento nazionali ed internazionali in relazione alla forma giuridica d'impresa. - Correlare e comparare finanziamenti e impieghi - Riconoscere le interdipendenze tra sistemi economici e scelte di localizzazione, delocalizzazione e globalizzazione. 	<ul style="list-style-type: none"> - Correlazione tra impieghi e fonti di finanziamento - Strategie aziendali di localizzazione, delocalizzazione, e globalizzazione dell'azienda 	<ul style="list-style-type: none"> - Il fabbisogno finanziario e le fonti di finanziamento - Cambiamenti geopolitici mondiali e globalizzazione; 	<ul style="list-style-type: none"> - Riconoscere le caratteristiche delle fonti di finanziamento - Individuare i cambiamenti - geopolitici - Individuare le diverse forme di investimento all'estero - Riconoscere le caratteristiche delle fonti di finanziamento

<ul style="list-style-type: none"> - 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 - 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 e ricercare soluzioni efficaci - rispetto a situazioni date Individuare le caratteristiche del mercato del lavoro e collaborare alla gestione delle risorse umane - gestire il sistema delle rilevazioni aziendali 	<ul style="list-style-type: none"> - Individuare le variazioni finanziarie ed economiche della gestione. - Identificare natura e valore degli elementi che compongono il patrimonio aziendale e degli elementi che determinano il risultato d'esercizio - Evidenziare i collegamenti esistenti fra i due prospetti della situazione patrimoniale e di quella economica. - Individuare e analizzare sotto il profilo finanziario ed economico le operazioni dell'Area Gestionale. - Redigere e commentare i documenti che compongono il sistema di bilancio - Raffrontare tipologie diverse di rapporti di lavoro nazionali e internazionali e indicare criteri di scelta in relazione ad economicità, efficienza, contesto sociale e territoriale - Calcolare la remunerazione del lavoro in relazione alla tipologia contrattuale e redigere i connessi documenti amministrativi 	<ul style="list-style-type: none"> - Aspetti economici e finanziari delle diverse aree della gestione aziendale - I prospetti del patrimonio e del reddito. - L'aspetto economico della gestione: costi, ricavi ed equilibri della gestione - I concetti di patrimonio e reddito - Strumenti di rappresentazione, descrizione e documentazione delle procedure e dei flussi informativi - Normative e tecniche di redazione del sistema informativo di bilancio in relazione alla forma giuridica aziendale. - Caratteristiche del mercato del lavoro. - Struttura, contenuto e aspetti economici dei contratti di lavoro. - Politiche strategiche, amministrazione nella gestione delle risorse umane. 	<ul style="list-style-type: none"> - Cogliere le differenze tra gli aspetti finanziari ed economici della gestione - La determinazione del reddito d'esercizio - Il Sistema Informativo Aziendale ed il metodo della P.D. - Le rilevazioni in partita doppia delle tipiche operazioni di gestione, (costituzione, compravendita, regolamenti, ecc.) - Le operazioni di assestamento e di chiusura; - La redazione del bilancio d'esercizio - Il mercato del lavoro e le sue caratteristiche: forme contrattuali più diffuse, tipologie del rapporto di lavoro - obblighi previdenziali e fiscali dell'impresa; - elementi della retribuzione; - TFR 	<ul style="list-style-type: none"> - Distinguere i valori finanziarie da quelli economici - Classificare e rappresentare gli elementi del patrimonio - Riconoscere gli elementi che concorrono alla definizione del risultato economico dell'impresa - Saper rilevare in partita doppia i principali fatti di gestione di un'impresa - Individuare la competenza economica dei costi e dei ricavi. - Saper registrare i principali assestamenti di fine periodo. - Redigere semplici documenti di bilancio - Individuare le principali caratteristiche del bilancio - liquidare le retribuzioni e i relativi oneri sociali, calcolare il T.F.R. ed effettuare le principali registrazioni in P.D.
--	--	--	---	--

<ul style="list-style-type: none"> - applicare i principi e gli strumenti della programmazione e del controllo di gestione, analizzandone i risultati; - inquadrare l'attività di marketing nel ciclo di vita dell'azienda e realizzare applicazioni con riferimento a specifici contesti e diverse politiche di mercato - orientarsi nel mercato dei prodotti assicurativo-finanziari, anche per collaborare nella ricerca di soluzioni economicamente vantaggiose - utilizzare i sistemi informativi aziendali e gli strumenti di comunicazione integrata d'impresa, per realizzare attività comunicative con 	<ul style="list-style-type: none"> - Riconoscere soggetti, caratteristiche gestionali e regole dei mercati dell'attività bancaria - Effettuare calcoli relativi alle operazioni bancarie - Costruire strumenti di indagine, raccogliere dati, elaborarli, interpretarli per individuare in un dato contesto il comportamento dei consumatori e delle imprese concorrenti - Elaborare piani di marketing in relazione alle politiche di mercato aziendali - Riconoscere l'evoluzione delle strategie di marketing - Riconoscere gli strumenti e la copertura dei rischi derivanti dall'operatività internazionale - Riconoscere il ruolo delle aziende di servizi e degli enti a supporto degli importatori e degli esportatori. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tecniche di selezione del personale - Il sistema finanziario e il ruolo delle banche - Le operazioni bancarie e i conti correnti di corrispondenza - I principali documenti commerciali e bancari in ambito nazionale e internazionale. - Principi, teoria e tecniche di marketing - Analisi e politiche di mercato - Leve di marketing - Struttura del piano di marketing - Norme, documentazione aziende ed enti a supporto degli importatori e degli esportatori nel commercio interno ed estero. - Analisi dei rischi e criteri di copertura delle operazioni 	<ul style="list-style-type: none"> - Le operazioni di raccolta e di impiego fondi: caratteristiche giuridiche e tecniche dei conti correnti di corrispondenza - I servizi bancari - Il marketing mix: prodotto, prezzo, distribuzione e comunicazione - La compravendita internazionale: principali documenti e contenuti essenziali del contratto - Le principali forme di regolamento internazionale - Le modalità del trasporto internazionale e principali documenti utilizzati. 	<ul style="list-style-type: none"> - Riconoscere le caratteristiche di un c/c di corrispondenza e saperlo leggere. - Individuare le caratteristiche fondamentali dei diversi servizi resi dalle banche - individuare gli elementi del marketing – mix - Distinguere le principali fasi in cui si realizza la compravendita internazionale - Riconoscere un contratto di compravendita internazionale - Distinguere le forme di regolamento più utilizzate
---	--	--	--	---

<p>riferimento a differenti contesti</p>		<p>commerciali nazionale e internazionali</p>		<p>- Comprendere le modalità con cui può essere effettuato il trasporto internazionale</p>
<ul style="list-style-type: none"> - analizzare e produrre i documenti relativi alla rendicontazione sociale e ambientale, alla luce dei criteri sulla responsabilità sociale d'impresa - utilizzare le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio, ricerca e approfondimento disciplinare; - identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti - individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento 	<p style="text-align: center;">QUINTO ANNO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Riconoscere gli elementi di positività e criticità espressi nella certificazione di revisione. - Interpretare l'andamento della gestione aziendale attraverso l'analisi di bilancio per indici e per flussi e comparare bilanci di aziende diverse - Confrontare bilanci sociali e ambientali e commentare ii risultati - Delineare il processo di pianificazione, programmazione e controllo individuandone i tipici strumenti e il loro utilizzo. - Costruire il sistema di budget; - comparare e commentare gli indici ricavati dall'analisi dei dati. - Costruire business plan - Elaborare piani di marketing in riferimento alle politiche di mercato dell'azienda 	<ul style="list-style-type: none"> - Norme e procedure di revisione e controllo dei bilanci - Normativa in materia di imposte sul reddito d'impresa - Analisi di bilancio per indici e per flussi. - Rendicontazione ambientale e sociale dell'impresa - Strumenti e processo di pianificazione strategica e di controllo di gestione Business plan - Business Plan delle imprese che operano nel mercato interno ed estero. - Politiche di mercato e piani di marketing aziendali - Ruolo delle imprese multinazionali nei flussi commerciali tra paesi 	<ul style="list-style-type: none"> - Il bilancio di esercizio secondo la normativa civilistica. - La riclassificazione dello Stato Patrimoniale e del conto economico - Gli indici di bilancio - Conoscenze di base sui flussi finanziari ed economici - Conoscenze di base sul Rendiconto finanziario - Oggetto e scopo della contabilità analitica - La break even analysis - Le finalità del budget. - La gestione strategica - L'analisi dell'ambiente esterno e dell'ambiente interno - Le basi dell'analisi SWOT - Il controllo di gestione - Il Business plan - Il Marketing Plan 	<ul style="list-style-type: none"> - Individuare le funzioni del bilancio d'esercizio. - Redigere lo Stato patrimoniale e il Conto economico in forma ordinaria e in forma abbreviata. - Calcolare la base imponibile Irap e Ires - Riclassificare il bilancio e calcolare i principali indici e flussi. - Individuare il contenuto e le finalità del bilancio socio-ambientale. - Individuare le funzioni e gli strumenti della contabilità gestionale - Individuare gli obiettivi della break even analysis - Calcolare e rappresentare graficamente il punto d'equilibrio - Riconoscere le fasi della gestione strategica. - Individuare gli elementi dell'Analisi SWOT - Redigere i budget settoriali e il budget annuale

		- Operazioni di import e di export		- Illustrare i principi di redazione e il contenuto del business plan.
--	--	------------------------------------	--	--

CURRICOLO VERTICALE - TURISMO

***Disciplina prevalente di riferimento:* DISCIPLINE TURISTICHE E AZIENDALI
(INDIRIZZO TURISMO)**

PROFILO IN USCITA E RISULTATI DI APPRENDIMENTO AL TERMINE DEL II Biennio e V Anno

Lo studente è in grado di:

- utilizzare le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio, ricerca e approfondimento disciplinare;
- agire nel sistema informativo dell'azienda e contribuire sia alla sua innovazione sia al suo adeguamento organizzativo e tecnologico;
- padroneggiare l'uso di strumenti tecnologici con particolare attenzione alla sicurezza nei luoghi di vita e di lavoro, alla tutela della persona, dell'ambiente e del territorio;
- interpretare il proprio autonomo ruolo nel lavoro di gruppo;
- 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.

TRAGUARDI DI SVILUPPO DELLE COMPETENZE (o COMPETENZE ATTESE) ALLA FINE DEL II BIENNIO e V Anno	Obiettivi di apprendimento		Saperi essenziali	Obiettivi di apprendimento minimi
	in termini di ABILITÀ	in termini di CONOSCENZE		

	SECONDO BIENNIO			
<p>identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti</p> <p>redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali</p> <p>individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento</p> <p>riconoscere ed interpretare: - le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali anche per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico; - i macrofenomeni socio-economici globali in termini</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Riconoscere le componenti storiche, sociali e culturali che concorrono allo sviluppo integrato del turismo. - Riconoscere le tendenze dei mercati e le problematiche di localizzazione di un'azienda turistica. - Distinguere le strutture organizzative e riconoscere le problematiche significative e ricorrenti del settore - Riconoscere i fattori che determinano il rischio imprenditoriale ed individuare possibili strategie di attenuazione - Riconoscere gli elementi materiali e i servizi che compongono il prodotto turistico - Individuare la documentazione e le procedure per la progettazione e realizzazione di un viaggio. - Identificare i ruoli e le responsabilità delle diverse funzioni aziendali nell'impresa turistica. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ruolo del turismo nel contesto storico sociale ed economico. - Mercato turistico - Specificità e rischi di gestione delle imprese turistiche - Gestione dell'impresa turistica - Componenti del prodotto turistico - Ruoli e responsabilità nelle professioni turistiche 	<ul style="list-style-type: none"> - La definizione di turismo e delle sue diverse forme - Le attività delle imprese di viaggi. - Le tipologie di trasporti - Informazione e rilevazione statistica nel turismo - Le strutture ricettive. - La vendita dei singoli servizi, e le tipologie di commissione, la vendita dei pacchetti TO - La liquidazione IVA delle imprese di viaggi - La gestione del soggiorno operazioni di front office e back office - La gestione del personale nelle imprese turistiche. Ricerca e selezione, tipologie contrattuali di assunzione, salute e sicurezza nei luoghi di lavoro, retribuzione. - Contabilità del personale e liquidazione TFR 	<ul style="list-style-type: none"> - Individuare gli elementi distintivi del turismo ed i fattori che influenzano domanda e offerta turistica. - Riconoscere le caratteristiche delle attività di produzione e di intermediazione nel settore turistico. - Saper individuare le tipologie di trasporto e le loro caratteristiche - Calcolare semplici commissioni d'agenzia. - Individuare e classificare le diverse tipologie di strutture ricettive. - Riconoscere le caratteristiche e gli elementi di un pacchetto turistico - Compilare semplici contratti di viaggio e voucher. - Saper effettuare semplici operazioni di front e back office - Riconoscere le principali figure professionali del turismo - Riconoscere le caratteristiche dei principali contratti di lavoro - Comprendere gli elementi della retribuzione e la loro applicazione

<p>generali e specifici dell'impresa turistica</p> <p>Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica, fiscale con particolare riferimento a quella del settore turistico</p> <p>Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi</p> <p>riconoscere le peculiarità organizzative delle imprese turistiche e contribuire a cercare soluzioni funzionali alle diverse tipologie</p> <p>gestire il sistema delle rilevazioni aziendali con l'ausilio di programmi di contabilità integrati specifici per le aziende del settore turistico</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Individuare le procedure che caratterizzano la gestione delle aziende turistiche, rappresentarne i processi e i flussi informativi - Gestire le rilevazioni elementari e saperle collocare nei programmi di contabilità generale - Leggere e interpretare il bilancio di esercizio di un'impresa turistica e i documenti collegati. - Individuare forme di promozione e commercializzazione adeguate ai diversi mercati sulla base delle risorse disponibili - Utilizzare strumenti di supporto alla programmazione turistica territoriale - Curare la fidelizzazione della clientela nell'ottica della customer care e customer satisfaction 	<ul style="list-style-type: none"> - Rilevazioni tipiche della contabilità delle imprese turistiche - Bilancio d'esercizio e documenti allegati - Principi e teoria del marketing - Marketing turistico operativo e strategico - Tecniche, metodologie e strumenti di marketing - Strumenti di comunicazione interpersonale nei diversi contesti aziendali - Comunicazione con il cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> - Aspetto economico e finanziario della gestione - Il patrimonio ed il reddito d'esercizio. - Il sistema informativo e le rilevazioni aziendali - La contabilità generale ed il metodo della Partita Doppia - Le rilevazioni in PD. - I documenti del bilancio d'esercizio. - Riclassificazione e analisi del bilancio - Il targeting e il posizionamento - Il marketing mix. - Il piano di marketing - La SWOT analysis 	<ul style="list-style-type: none"> - Individuare le procedure che caratterizzano la gestione delle imprese turistiche - Classificare i beni patrimoniali in attività e passività - Redigere un inventario di struttura semplice - Redigere una semplice Situazione economica - Comprendere i principi della contabilità generale - Distinguere aspetto finanziario ed economico della gestione - Redigere un semplice bilancio in forma abbreviata - Individuare gli elementi del marketing mix - Individuare gli elementi utili all'analisi SWOT - Individuare gli elementi per sviluppare un piano di marketing
QUINTO ANNO				
<p>contribuire a realizzare piani di marketing con riferimento</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Delineare il processo di pianificazione, programmazione e controllo individuandone i tipici strumenti e il loro utilizzo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Strategia aziendale e pianificazione strategica - Tecniche di controllo e monitoraggio dei processi 	<ul style="list-style-type: none"> - Scopo e caratteristiche della pianificazione strategica e della programmazione operativa 	<ul style="list-style-type: none"> - Individuare le caratteristiche della pianificazione strategica e della programmazione operativa

<p>a specifiche tipologie di imprese o prodotti turistici.</p> <p>progettare, documentare e presentare servizi o prodotti turistici.</p> <p>individuare le caratteristiche del mercato del lavoro e collaborare alla gestione del personale dell'impresa turistica</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Costruire il sistema di budget; - comparare e commentare gli indici ricavati dall'analisi dei dati. - Costruire business plan - Elaborare piani di marketing in riferimento alle politiche di mercato dell'azienda - Effettuare ricerche ed elaborare proposte in relazione a specifiche situazioni finanziarie 	<ul style="list-style-type: none"> - Strutture e funzioni del business plan - Reporting e analisi degli scostamenti 	<ul style="list-style-type: none"> - Le matrici come strumento decisionale - Caratteristiche e funzioni del controllo di gestione - I principali indici di efficienza e di efficacia. - Lo studio di fattibilità e il business plan - La contabilità analitica - Il break-even point - Funzione, elaborazione e controllo di budget 	<ul style="list-style-type: none"> - Gli elementi del business plan - Distinguere i costi fissi da quelli variabili. Distinguere i costi diretti e indiretti - Effettuare la break-even analysis - Redigere semplici budget settoriali e annuali
<p>utilizzare il sistema delle comunicazioni e delle relazioni delle imprese turistiche</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Marketing territoriale e politiche di sviluppo sostenibile dell'Ente Pubblico. - di marketing anche elettronico e customer relationship management. - Struttura del piano di marketing. Piano di qualificazione e sviluppo dell'offerta. 	<ul style="list-style-type: none"> - Utilizzare strategie di marketing per la promozione del prodotto e dell'immagine turistica del territorio in Italia e all'Estero. - Utilizzare strumenti multimediali e nuove tecniche di comunicazione per la promozione dell'immagine turistica del territorio e la commercializzazione del servizio. - Elaborare un piano di marketing territoriale in funzione delle politiche economiche e finanziarie poste in essere per la governance del settore. 	<ul style="list-style-type: none"> - La programmazione dei viaggi da catalogo - La pianificazione e promozione dell'evento - Il viaggio incentive - I compiti della Pubblica amministrazione nel settore turistico - Il marketing turistico pubblico - Il marketing della destinazione turistica - Scopi e tecniche della comunicazione interna ed esterna d'impresa 	<ul style="list-style-type: none"> - Distinguere le diverse parti di un catalogo - Redigere semplici preventivi economici - Individuare gli elementi della pianificazione di un evento - Distinguere le attività di promozione territoriale degli operatori pubblici e privati - Redigere un semplice comunicato stampa o un evento da promuovere tramite social network