

Materia: Economia aziendale	Curricolo: MP2 Economia	Ore lezione settimanali: 1 Ore lezione annue: 36.5
Obiettivo di formazione	Contenuti del programma	Metodo di valutazione
<p>Al termine del corso lo studente è in grado di:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Spiegare un modello azienda-ambiente considerando le relazioni tra i soggetti economici e la scarsità delle risorse. 2. Comprendere gli obiettivi dell'attività aziendale: profitto, sicurezza finanziaria, responsabilità sociale interna ed esterna 3. Spiegare e valutare le diverse forme di finanziamento a disposizione di un'azienda. 4. Riconoscere misure imprenditoriali e aziendali nell'ambito di una strategia aziendale. 5. Spiegare le diverse forme di organizzazione aziendale (organigrammi). 	<p>Durante il corso vengono trattati i seguenti argomenti:</p> <p>Obiettivi aziendali e conflitti.</p> <p>Strategie aziendali.</p> <p>Finanziamento interno ed esterno.</p> <p>Organizzazione procedurale e strutturale.</p> <p>Mansionario</p> <p>Forme di retribuzione e benefit.</p> <p>Destinazione delle retribuzioni (imposte dirette).</p> <p>Mettere in evidenza l'utilità di una assicurazione.</p> <p>Classificazione delle assicurazioni.</p> <p>Lessico specifico del ramo assicurativo.</p> <p>Funzionamento dei tre pilastri.</p>	<p>La valutazione dell'apprendista avviene nel modo seguente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • prove scritte, almeno 2 per semestre • applicazione e partecipazione attiva alle lezioni • esecuzione puntuale di eventuali compiti • eventuali lavori di ricerca e/o presentazioni degli allievi

<p>6. Spiegare il contenuto e lo scopo di un mansionario.</p> <p>7. Mostrare l'importanza dello sviluppo del personale (risorse umane) per la produttività del lavoro e per il successo aziendale.</p> <p>8. Spiegare i metodi di gestione delle risorse umane e gli incentivi per la motivazione.</p> <p>9. Illustrare le politiche retributive del personale nonché i vantaggi e gli svantaggi.</p> <p>10. Illustrare il principio del funzionamento delle imposte dirette.</p> <p>11. Indicare i rischi più comuni che colpiscono un individuo nella vita professionale e privata.</p> <p>12. Valutare e spiegare le possibilità di protezione finanziaria tramite le assicurazioni sociali e previdenziali (3 pilastri) e le principali assicurazioni private (RC auto, RC privata, casco</p>	<p>Operazioni attive, passive e neutre.</p> <p>Azioni, obbligazioni e altre forme di investimento.</p> <p>Strategie d'investimento.</p> <p>Studio (micro e macro ambiente) e ricerche di mercato.</p> <p>Marketing mix:</p> <ul style="list-style-type: none"> - prodotto (compreso il ciclo di vita di un prodotto); - politiche di prezzo; - distribuzione (con scelta dei canali); - promozione e pubblicità. 	
---	--	--

<p>parziale e totale, economia domestica, assicurazione stabile, assicurazione vita e assicurazione viaggio)</p> <p>13. Spiegare a grandi linee il funzionamento delle banche e le loro principali attività.</p> <p>14. Spiegare i titoli come possibilità di finanziamento e di investimento.</p> <p>15. Spiegare le possibilità di investimento tenendo conto del profilo dell'investitore: investimenti tradizionali (mercato monetario a un anno, azioni, obbligazioni).</p> <p>16. Accennare agli investimenti alternativi in immobili, in materie prime e hedge fund.</p> <p>17. Definire il concetto di marketing e le ragioni che spingono le imprese a rapportarsi al mercato secondo questo orientamento.</p>		
---	--	--

18. Definire il contenuto e gli obiettivi di un piano di marketing all'interno della strategia di impresa (riconoscere la differenza tra la strategia d'impresa e la strategia di marketing).
19. Evidenziare l'importanza dei valori aziendali anche nella formulazione del piano di marketing.
20. Riconoscere e analizzare le leve del marketing mix per un efficace posizionamento del prodotto.
21. Analizzare le politiche di marketing mix realizzate da imprese per prodotti diversi.

Legenda delle competenze (IL 2-01 tassonomia, CPS, CM) :

CPS : competenze personali e sociali
 CM: competenze metodologiche

Livello di attitudine (tassonomia): 2,3,5
 CPS: 3.1, 3.2, 3.3, 3.4, 3.5, 3.6
 CM: 2.1, 2.1, 2.3, 2.4

Supporti didattici necessari: dispense

Aggiornato da: GAF
 Data: agosto 2015