ISTITUTO TECNICO ECONOMICO E TECNOLOGICO STATALE
"G. MAGGIOLINI"
Via Spagliardi, 19 - 20015 PARABIAGO (MI)
Cod. Fisc.: 84003910159 - Cod. Mec.: MITD57000B
Tel.: +39 0331 552001 - E-mail: MITD57000B@iistruzione.it - Pec: MITD57000B@pec.istruzione.it

PROGRAMMAZIONE DISCIPLINARE PREVENTIVA DI ECONOMIA AZIENDALE E GEOPOLITICA A.S. 2026/27

CLASSI 5^RIM

COMPETENZE	ABILITA' ATTESE	CONOSCENZE	TEMPI	METODI	VERIFICHE
- Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali. - Individuare e accedere alla normativa civilistica e fiscale con particolare riferimento alle attività aziendali. - Utilizzare i sistemi informativi aziendali e gli strumenti di comunicazione integrata d'impresa, per realizzare attività comunicative con riferimento a differenti contesti.	Rilevare in P.D. le operazioni di gestione e di assestamento delle imprese industriali. Iscrivere nello S.P. e nel C.E. i conti utilizzati nelle rilevazioni in P.D. Redigere i documenti che compongono il sistema di Bilancio. Applicare i criteri di valutazione previsti dal Codice Civile. Riconoscere la funzione dei principi contabili nazionali e internazionali. Analizzare e interpretare i giudizi sul bilancio formulati dal revisore legale.	**Contabilità generale e bilanci aziendali** Le immobilizzazioni. L'outsourcing e la subfornitura Il sostegno pubblico alle imprese. Le scritture di assestamento e le rilevazioni di fine esercizio. Il sistema informativo di Bilancio La normativa civilistica sul Bilancio. I principi contabili nazionali e internazionali. Il Bilancio IAS/IFRS. La revisione legale	Settembre Ottobre	Lezione frontale e interattiva con supporto di presentazioni in power point Esercitazioni in classe anche con dati a scelta Uso lavagna interattiva per una didattica digitale integrata. Cooperative learning Correzione del lavoro svolto a casa Analisi di casi	Verifiche scritte e orali*
- Utilizzare i sistemi informativi aziendali e gli strumenti di comunicazione integrata d'impresa, per realizzare attività comunicative con riferimento a differenti contesti. - Analizzare e produrre i documenti relativi alla rendicontazione sociale e ambientale, alla luce dei criteri sulla responsabilità sociale d'impresa.	Interpretare la realtà aziendale attraverso l'analisi di bilancio per indici e per flussi e comparare bilanci di aziende diverse. Valutare le condizioni di equilibrio aziendale. Redigere report che sintetizzano le informazioni ottenute dall'analisi per indici e per flussi. Distinguere gli ambiti di responsabilità dell'impresa. Analizzare il contenuto e le finalità del bilancio socio-ambientale. Calcolare il valore aggiunto prodotto dall'impresa e redigere prospetti che evidenziano le modalità di riparto del valore aggiunto.	**Analisi dei bilanci dell'impresa** La rielaborazione dello Stato patrimoniale e del Conto economico. L'analisi della redditività. L'analisi della struttura patrimoniale. L'analisi finanziaria (indici e flussi finanziari). Il rendiconto finanziario delle variazioni del PCN. Il Rendiconto finanziario delle variazioni delle disponibilità liquide. La responsabilità sociale dell'impresa Rendicontazione sociale e ambientale dell'impresa: la produzione e la distribuzione del valore aggiunto Bilancio con dati a scelta	Novembre Dicembre Gennaio Da gennaio per tutto il pentamestre se la disciplina è oggetto di seconda prova		

- Applicare i principi e gli strumenti della programmazione e del controllo di gestione, analizzandone i risultati. - Utilizzare i sistemi informativi aziendali e gli strumenti di comunicazione integrata d'impresa, per realizzare attività comunicative con riferimento a differenti contesti.	Delineare il processo di pianificazione, programmazione e controllo individuandone i tipici strumenti e il loro utilizzo. Descrivere le funzioni del sistema informativo direzionale e individuare le funzioni e gli strumenti della contabilità gestionale. Classificare i costi aziendali secondo criteri diversi. Individuare le caratteristiche e le finalità delle differenti metodologie di calcolo dei costi. Utilizzare l'analisi dei costi nelle decisioni aziendali. Valutare le iniziative di sviluppo internazionale. Individuare gli obiettivi della break even analysis. Calcolare e rappresentare il punto di equilibrio	**Il controllo e la gestione dei costi dell'impresa** Oggetto e scopi della contabilità gestionale. I metodi di calcolo dei costi: la contabilità a costi diretti (direct costing) e la contabilità a costi pieni (full costing). I centri di costo Il metodo ABC (Activity Based Costing). La contabilità gestionale a supporto delle decisioni aziendali. Gli investimenti che modificano la capacità produttiva. L'accettazione di nuovi ordini Il mix di prodotti da realizzare La scelta del prodotto da eliminare. Il make or buy Il confronto operativo nelle operazioni con l'estero Il controllo dei costi e dei ricavi: la break even analysis	Febbraio		Eventuale verifica interdisciplinare
- Applicare i principi e gli strumenti della programmazione e del controllo di gestione, analizzandone i risultati. - Utilizzare i sistemi informativi aziendali e gli strumenti di comunicazione integrata d'impresa, per realizzare attività comunicative con riferimento a differenti contesti.	Delineare il processo di pianificazione, programmazione e controllo individuandone i tipici strumenti e il loro utilizzo. Definire il concetto di strategia e riconoscere le fasi della gestione strategica. Individuare le strategie di corporate, di business e funzionali. Analizzare casi aziendali esprimendo proprie valutazioni sulle strategie adottate dalle imprese.	**La pianificazione e la programmazione dell'impresa** La creazione di valore e il successo dell'impresa Il concetto di strategia. La gestione strategica Le strategie di corporate, di business, funzionali, di Produzione. Le strategie di internazionalizzazione	Marzo		
- Applicare i principi e gli strumenti della programmazione e del controllo di gestione, analizzandone i risultati. - Utilizzare i sistemi informativi aziendali e gli strumenti di comunicazione integrata d'impresa, per realizzare attività comunicative con riferimento a differenti contesti.	Delineare il processo di pianificazione, programmazione e controllo individuandone i tipici strumenti e il loro utilizzo. Individuare le caratteristiche, le funzioni e gli elementi del budget Costruire il sistema di budget. Comparare e commentare gli indici ricavati dall'analisi dei dati: funzioni del budgetary control Predisporre report differenziati in relazione ai destinatari	**La pianificazione e il controllo di gestione** La pianificazione strategica. L'analisi dell'ambiente esterno e dell'ambiente interno. Il controllo di gestione. Il budget: strumento della programmazione aziendale. La redazione del budget. I budget settoriali. Il budget economico. Il budget degli investimenti fissi. Il budget finanziario Il controllo budgetario. L'analisi degli scostamenti Il reporting	Marzo		
·-Riconoscere e interpretare: - 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. - Utilizzare i sistemi informativi aziendali e gli strumenti di	Individuare gli obiettivi del business plan. Individuare i destinatari interni ed esterni del business plan. Distinguere le diverse fasi di redazione del business plan. Individuare le caratteristiche specifiche per la redazione del business plan di una iniziativa internazionale. Redigere un semplice business plan. Individuare gli obiettivi del marketing plan.	**Il business plan di imprese che operano in contesti nazionali e internazionali** Il business plan: i destinatari la struttura e il contenuto Le principali differenze tra iniziative internazionali e nazionali L'analisi del paese estero Il business plan per l'internazionalizzazione Il marketing plan	Aprile Maggio		Eventuale verifica interdisciplinare

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.	Elaborare piani di marketing in riferimento a diverse politiche di mercato	Le principali politiche di marketing nazionali e internazionali			
·-Riconoscere i macrofenomeni economici nazionali e internazionali per connetterli alla specificità di un'azienda. - Utilizzare i sistemi informativi aziendali e gli strumenti di comunicazione integrata d'impresa, per realizzare attività comunicative con riferimento a differenti contesti. - Documentare le procedure e ricercare soluzioni efficaci rispetto a situazioni date	Individuare le caratteristiche delle imprese italiane nel contesto internazionale Individuare la struttura del sistema italiano di supporto alle imprese internazionali Riconoscere gli elementi distintivi delle operazioni di import-export Individuare le forme di regolamento più adatte in relazione al grado di rischio delle diverse situazioni operative. Distinguere le diverse fasi delle operazioni doganali di importazione ed esportazione	**Le operazioni di import/export** Le imprese italiane nel contesto internazionale Il sistema Italia per l'internazionalizzazione Le operazioni import export e relativo regolamento Il forfaiting Le fasi e i documenti delle procedure doganali di import e export	Maggio		*****Le tipologie di verifica saranno stabilite da ogni docente in linea con quanto deciso dal Dipartimento di Economia aziendale