

**PROGRAMMA MINIMO DI ECONOMIA AZIENDALE E GEOPOLITICA**  
**CLASSI IV RIM**

<b>Competenza</b>	<b>Conoscenze</b>	<b>Abilità</b>	<b>Contenuti</b>
<b>Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali anche con l'ausilio di programmi di contabilità integrata</b>	Principi contabili Regole e tecniche di contabilità generale Aspetti economici e finanziari delle diverse aree di gestione Architettura del sistema informativo aziendale Modelli, strumenti e forme di comunicazione aziendale integrata	Individuare le fonti e analizzare i contenuti dei principi contabili. Redigere la contabilità Individuare e analizzare sotto il profilo strategico, finanziario ed economico le operazioni delle aree gestionali	Riapertura conti <b>Le società commerciali</b> Caratteristiche delle società di persone e delle società di capitali Scelta della forma giuridica Scritture contabili società di capitali: la costituzione – l'assegnazione dell'utile – la copertura della perdita – gli aumenti e le riduzioni del capitale sociale – l'emissione e la gestione di titoli di debito Le registrazioni in contabilità generale relative alla gestione delle risorse umane.
<b>Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica e fiscale con particolare riferimento alle attività aziendali</b>	Principi contabili  Normative e tecniche di redazione del sistema di bilancio in relazione alla forma giuridica e alla tipologia di azienda	Individuare le fonti e analizzare i contenuti dei principi contabili.  Redigere e commentare i documenti che compongono il bilancio d'esercizio	<b>Il bilancio d'esercizio civilistico</b> Il bilancio d'esercizio in forma abbreviata e in forma ordinaria Principi di redazione Criteri di valutazione (immobilizzazioni immateriali e materiali, rimanenze di magazzino, crediti commerciali) applicati da imprese di piccolo/medie dimensioni Scritture di assestamento, epilogo e chiusura Redazione del bilancio d'esercizio
<b>Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi e flussi informativi con riferimento alle differenti tipologie di imprese</b>	Correlazioni, calcolo, analisi relative al fabbisogno finanziario e alle connesse fonti di finanziamento nelle diverse forme giuridiche d'impresa.  Norme, documentazione, aziende ed enti a supporto degli importatori ed esportatori nel commercio interno ed estero	Individuare le possibili fonti di finanziamento in relazione alla forma giuridica d'impresa. Correlare e comparare finanziamenti e impieghi.  Riconoscere ed analizzare i diversi elementi che caratterizzano gli scambi interni ed internazionali, i	<b>LA GESTIONE La gestione finanziaria</b> I concetti di base sulla gestione finanziaria dell'impresa La funzione Finanza Il fabbisogno di capitali e fonti di copertura Forme di finanziamento a titolo di capitale di rischio e di capitale di debito  <b>Gli scambi internazionali</b> La compravendita internazionale: principali documenti, INCOTERMS,

	Aspetti tecnici, economici, giuridici e contabili dei regolamenti internazionali Analisi dei rischi e criteri di copertura delle operazioni commerciali nazionali ed internazionali	principali documenti bancari in ambito nazionale ed internazionale Riconoscere il ruolo delle aziende di servizi e degli enti a supporto degli importatori ed esportatori Riconoscere gli strumenti di copertura dei rischi derivanti dall'operatività nazionale e internazionale.	principali forme di regolamento e relativi rischi e strumenti di copertura Valute estere e cambi Divise estere e loro negoziazione. Trasferimento delle merci all'estero: caratteristiche, operatori e principali documenti Operazioni UE Dogane e relativi regimi  <b>Il sistema finanziario e le imprese bancarie</b> Le operazioni bancarie a supporto dell'internazionalizzazione Conti correnti di corrispondenza e loro gestione.
<b>Competenza</b>	<b>Conoscenze</b>	<b>Abilità</b>	<b>Contenuti</b>
<b>Inquadrare l'attività di marketing nel ciclo di vita dell'azienda e, realizzare applicazioni con riferimento a specifici contesti e diverse politiche di mercato</b>	Principi, teorie e tecniche di marketing Analisi e politiche di mercato nazionale ed internazionale Leve di marketing Struttura del piano di marketing	Ricerca e descrivere le caratteristiche di mercati di beni o servizi. 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 nazionale ed internazionale.	<b>Il marketing internazionale</b> Marketing strategico e relativi piani Marketing operativo Marketing mix: prodotto, prezzo, distribuzione e comunicazione
<b>Competenza</b>	<b>Conoscenze</b>	<b>Abilità</b>	<b>Contenuti</b>
<b>Individuare le caratteristiche del mercato del lavoro e collaborare alla gestione delle risorse umane</b>	Caratteristiche del mercato del lavoro. Struttura, contenuto e aspetti economici dei contratti di lavoro. Politiche, strategie, amministrazione nella gestione delle risorse umane.	Calcolare la remunerazione del lavoro in relazione alla tipologia contrattuale e redigere i connessi documenti amministrativi.	<b>La gestione delle risorse umane</b> L'amministrazione del personale Gli elementi della retribuzione Le assicurazioni sociali obbligatorie Il calcolo dell'Irpef e della retribuzione netta Il foglio paga di un lavoratore dipendente Il trattamento di fine rapporto e la previdenza complementare