

Anno scolastico 2018 / 2019

PROGRAMMA DI ECONOMIA SVOLTO NELLA CLASSE 3^A AFM ITE

Docente: Guido Smanio

Conoscenze acquisite - Lo studente con valutazioni da sufficiente (6/10) compreso in su sa quanto segue:	Competenze acquisite - Lo studente con valutazioni da sufficiente (6/10) compreso in su sa fare quanto segue:
--	---

PROGETTO WEB EDITING E WEB MARKETING

<ol style="list-style-type: none"> 1. Marketing: definizione 2. Piano di marketing: definizione - aspetti: identità aziendale (visione - missione - valori - tecniche di redditività- tecniche di comunicazione) - analisi della situazione di mercato e della posizione competitiva e concorrenziale dell'azienda) - rischi prevedibili e imprevedibili e tecniche di gestione - obiettivi di marketing e loro requisiti - azioni/strategie di realizzazione degli obiettivi e tipi di marketing (digitale - relazionale con spostamento dalla transazione alla relazione - personalizzato - fidelizzante - pull - psicologia del marketing - strategia pull vs strategia push - strategia 4C vs strategia 4P vs strategia 4S - nozioni di SEM e di posizionamento del sito - nozione di affiliazione commerciale in rete) - controlli preventivi e successivi e scostamenti - profitti - procedimento: raccolta di dati e informazioni>pianificazione>monitoraggio 3. Evoluzione della concezione di consumatore dall'economia neoclassica alla psicologia del marketing (confronti e collegamenti tra le due teorie): Consumatore (definizione - scelte - limiti) - Valori d'uso, di scambio, individuali e sociali nel consumo/nel marketing 4. Domanda: definizione - variabili osservabili e non osservabili - domanda in funzione del prezzo - domanda in funzione dei beni e servizi complementari - domanda in funzione dei beni e servizi sostitutivi - domanda in funzione del reddito disponibile - domanda in funzione di variabili soggettive razionali e irrazionali - elasticità, rigidità e unitarietà rispetto al prezzo, al reddito e ai prezzi dei beni complementari e sostitutivi 	<ol style="list-style-type: none"> A. in Area Marketing utilizza, dati, concetti e metodi tecnici per comprendere i problemi promozionali e commerciali in modo razionale e critico e collabora a ricercare metodi e tecniche efficaci per pianificare, organizzare, gestire e controllare la pubblicità e le vendite in contesti locali e internazionali, riconoscendone gli aspetti comunicativi e relazionali e individuando gli strumenti lessicali, espressivi e comunicativi appropriati per intervenire efficacemente e responsabilmente B. In Area Marketing distingue tra concorrenza e competitività, le collega e collabora ad utilizzare indicatori con cui focalizzare le strategie aziendali e valutarne il rendimento C. in Area Marketing collabora all'analisi delle scelte di consumo/della domanda
---	--

<ol style="list-style-type: none"> 1. IMPRESA INDIVIDUALE: Articolo 2082 del codice civile e analisi dei requisiti espliciti ed impliciti 2. SOCIETÀ E TEORIA GENERALE SULLE SOCIETÀ: Articolo 2247 del codice civile e analisi dei requisiti espliciti ed impliciti - organizzazione collettiva - società tipiche e atipiche - società di lucro - società mutualistiche - società di persone - società di capitali - società commerciali - società non commerciali - società con personalità giuridica - società senza personalità giuridica 3. IMPRESA E SOCIETÀ: somiglianze e differenze - organizzazione aziendale (i fattori produttivi ricerca scientifica - sviluppo tecnologico - lavoro - capitale finanziario, tecnologico e umano - ambiente naturale - ambiente infrastrutturale - sistema legale - ciclo produttivo - innovazioni di processo - innovazioni di prodotto - breve medio e lungo periodo aziendale e bancario - stock e flussi) - funzioni o aree operative interne alle aziende - competitività e concorrenza - scopo di lucro e scopo mutualistico - settori primario, secondario e terziario e cenni sulle loro fasi evolutive - cenni sull'azienda etico-sociale 4. SOCIETÀ PER AZIONI MULTINAZIONALI: definizione - settori produttivi - strutture (tradizionale con controlli diretti e indiretti - telematiche - con una o più società offshore - holding pura e mista - verticali - orizzontali - miste) - criteri di multinazionalità (internalizzazione vs esternalizzazione con indotto - diminuzione dei costi di produzione e aumento dei ricavi di vendita - accesso ai mercati di acquisizione e di sbocco - ricerca scientifica e sviluppo tecnologico - sfruttamento di esternalità positive - differenziali tra gli ordinamenti giuridici - delocalizzazione delle funzioni aziendali) - Investimenti diretti all'estero (definizione - caratteristiche - tipi: IDE verticali e IDE orizzontali) - conseguenze positive e negative sugli investimenti e sul lavoro del sistema economico d'origine e sul sistema economico di destinazione/di delocalizzazione - conseguenze positive e negative sugli investimenti - conseguenze positive e negative sul lavoro - conseguenze sulla competitività intraziendale e sulla concorrenza interaziendale - conseguenze sui rapporti con l'ordinamento giuridico dello Stato ospitante - conseguenze sui rapporti con l'ordinamento tributario dello Stato ospitante (strategie di pianificazione tributaria - 	<ol style="list-style-type: none"> A. distingue le imprese individuali e le società e le riconosce nella realtà socio-economica B. distingue le aree o funzioni interne alle aziende C. si inserisce in un'impresa individuale e/o in una società e collabora per gestirla nel rispetto della normativa D. inizia a confrontare le forme giuridiche d'azienda e ad individuare quelle più appropriate in relazione all'efficienza e alle esigenze del titolare/dei soci e della produzione E. collega modelli di organizzazione aziendale alle differenti tipologie di
---	---

<p>concorrenza tributaria - elusione ed evasione dell'IVA - delocalizzazione nei paradisi fiscali - effetti sul fabbisogno finanziario pubblico e sulla pressione tributaria)</p> <p>5. SVILUPPO ECONOMICO: definizione - trend crescente non lineare/oscillante/fluttuante - ciclo e sue congiunture positive (espansione - massima occupazione) e negative (recessione - crisi - stagnazione) - meccanismi/sequenze congiunturale negative e positive - differenze e collegamenti tra sviluppo socio-economico e sviluppo aziendale - problemi dello sviluppo economico: economia dell'ambiente - economia urbana - economia della popolazione - economia sostenibile</p> <p>6. ATTIVITA' COMMERCIALI E LORO STATUTO: articolo 2195 del codice civile (lettura ragionata - analisi - commento tecnico) - Statuto e suoi obblighi - Registro delle Imprese (definizione - dati da registrare - CCIAA di Venezia Rovigo Delta Lagunare - struttura interna: sezione ordinaria e sezione speciale - pubblicità dichiarativa eseguita e omessa ed effetti - pubblicità costitutiva eseguita e omessa ed effetti - pubblicità notizia eseguita e omessa ed effetti) - Cenni al fallimento e alle altre procedure concorsuali (concordato preventivo - amministrazione straordinaria - liquidazione coatta amministrativa) - Tenuta delle scritture contabili (definizione - tutela dei terzi - scritture obbligatorie: libro giornale e libro degli inventari - scritture richieste dalla natura o dalle dimensioni aziendali - scritture non contabili - scritture facoltative o ausiliarie - conservazione decennale - contabilità civilistica e fiscale - regolarità contabile formale e sostanziale - prova contabile)</p> <p>7. ATTIVITA' NON COMMERCIALI E LORO DISCIPLINA: articolo 2083 del codice civile (lettura ragionata - analisi - commento tecnico) - iscrizione alla sezione speciale del Registro delle Imprese a fini di pubblicità notizia - possibilità di fallimento - tenuta obbligatoria delle scritture contabili fiscali e tenuta opzionale delle scritture civilistiche</p> <p>8. ARTIGIANATO: definizione generale - Legge-quadro statale e leggi regionali di dettaglio - funzioni amministrative delegate a Province e Comuni - società artigiane - consorzi artigiani - associazioni di artigiani - limiti dimensionali e combinato disposto tra articolo 2083 del codice civile e legge 443/1985 - albo provinciale degli artigiani ed effetti dell'iscrizione - commissione regionale e provinciale per l'artigianato</p> <p>9. IMPRESA AGRICOLA: lettura ragionata, analisi e commento tecnico dell'articolo 2135 del codice civile</p> <p>10. IMPRESA (A GESTIONE) FAMILIARE: lettura ragionata, parafrasi, analisi e commento tecnico degli articoli da 74 a 78 del codice civile e 230 bis del codice civile</p> <p>11. FATTURAZIONE ELETTRONICA: definizione - contrasto all'evasione tributaria - dotazioni informatiche e telematiche richieste e loro vantaggi con particolare riguardo alla PEC - ripercussioni sulla digitalizzazione aziendale</p>	<p>imprese</p> <p>F. riconosce i comparti produttivi, la struttura e l'organizzazione di una multinazionale e ne valuta processi, dinamiche ed effetti</p> <p>G. collega andamenti congiunturali del PIL e problemi di macro-sostenibilità con la dimensione aziendale microeconomica</p> <p>H. collabora consapevolmente ad adempiere gli obblighi imposti alle aziende commerciali e non commerciali a fini di regolarizzazione nei confronti dei terzi</p> <p>I. collabora consapevolmente negli adempimenti connessi con la fatturazione elettronica</p> <p>A. utilizza l'italiano secondo le esigenze comunicative dei contesti tecnici</p> <p>B. collega le dimensioni economiche locali, nazionali ed internazionali</p> <p>J. utilizza le conoscenze e i metodi tecnici per porsi in modo razionale, critico e responsabile di fronte alla realtà, ai suoi fenomeni, ai suoi problemi</p>
---	---

8 giugno 2019

Il Docente - Firmato digitalmente: *Guido Smanio*