

Anno scolastico 2019/2020

Classe 2^A A Servizi Commerciali

Casa editrice: Pearson

Autore : Lidia Sorrentino

Titolo: Progetto Azienda passo passo 2

Materia: Tecniche professionali dei servizi commerciali

Insegnanti: Paola Govoni (tecnica professionale) Sara Cattin (Docente di Laboratorio) Chiara Pinto (compresenza-marketing)

PROGRAMMA SVOLTO 2^{°A}

- I mezzi di pagamento

- **Modulo 5: LA GESTIONE E I SUOI RISULTATI**

LA GESTIONE

Gestione, organizzazione, rilevazione
Le operazioni di gestione
Fatti interni e esterni di gestione
Aspetti della gestione
I cicli della gestione
La costituzione dell'azienda
Le fonti di finanziamento
Gli investimenti
Il patrimonio
Il reddito d'esercizio

LA RAPPRESENTAZIONE DEI RISULTATI DELLA GESTIONE

Il bilancio d'esercizio
Lo Stato patrimoniale
Il conto economico

• **Modulo 6: IL SISTEMA INFORMATIVO AZIENDALE**

DATI ALLE INFORMAZIONI IN AZIENDA

Il sistema informativo aziendale
I sottosistemi informativi
Le configurazioni di costo

LE CONTABILITÀ ELEMENTARI E SEZIONALI

Le contabilità aziendali
La contabilità di cassa
La contabilità con le banche
La contabilità di magazzino
La contabilità IVA
Adempimenti periodici IVA
La contabilità delle vendite
La contabilità degli acquisti

• **Modulo 7: L'AZIENDA, IL TERRITORIO E LE RISORSE UMANE**

IL SISTEMA PRODUTTIVO ITALIANO

Le realtà produttiva in Italia
I distretti industriali
Le reti di imprese
Il made in Italy

IL MERCATO DEL LAVORO E LE RISORSE UMANE

I contratti di lavoro
Apprendistato e stage.

L'insegnante della disciplina di marketing durante il periodo di compresenza ha trattato il seguente argomento:

La comunicazione visiva, il significato psicologico dei colori abbinato alla comunicazione aziendale e al web, lo studio del caso con la ricerca dei siti web di maggior rilievo e sui font in uso (per quanto riguarda il lavoro interdisciplinare con Michele Bonso e Sara Cattin) la comunicazione aziendale e le sue finalità (comunicazione interna ed esterna) il linguaggio del marketing, l'evoluzione del concetto di marketing (marketing 2.0 con lo sviluppo dei nuovi sistemi di comunicazione -tramite il web- basati sul cliente e non più solo sul prodotto) le strategie di marketing e il piano di marketing (l'analisi SWOT, la formula SMART) la segmentazione di mercato e gli stili di vita di Eurisko (stili giovanili, stili maschili adulti, stili femminili e gli stili marginali) il leader e gli stili di leadership, il positioning e il packaging. In conclusione, il linguaggio pubblicitario e gli obiettivi pubblicitari.



ISTITUTO DI ISTRUZIONE SUPERIORE

“Cristoforo Colombo”

Via San Francesco, 33 - 45011 Adria (Ro)

Tel. 0426.21178 - Fax 0426.900477

Cod. Mecc. generale : ROIS00200A

Cod. Fiscale 81004960290

<https://www.istituto-colombo.edu.it>

PEO:rois00200a@istruzione.it – PEC: rois00200a@pec.istruzione.it



OGNI ARGOMENTO TRATTATO E STATO APPROFONDITO SVOLGENDO TUTTI GLI ESERCIZI PRESENTI SUL LIBRO ED UTILIZZANDO, NELL'AULA DI LABORATORIO, CON LA PRESENZA DELLA DOCENTE SARA CATTIN IL SOFTWARE EXCEL.

Adria, 02/06/2020

DOCENTE DI TECNICA PROFESSIONALE

Paola Govoni

DOCENTE DI LABORATORIO

Sara Cattin

DOCENTE DI MARKETING

Chiara Pinto