

Materia: Economia aziendale	Curricolo: SPC MP2 dal 2022-2023 Anno: 1° anno	Ore lezione settimanali: 1
Obiettivo di formazione	Contenuti del programma	Metodo di valutazione
<p>Al termine del corso la persona in formazione è in grado di:</p> <p>Modello aziendale e finanze</p> <ul style="list-style-type: none"> - Spiegare un modello azienda-ambiente considerando le relazioni tra i soggetti economici e la scarsità delle risorse. - Comprendere gli obiettivi dell'attività aziendale: profitto, sicurezza finanziaria, responsabilità sociale interna ed esterna - Spiegare e valutare le diverse forme di finanziamento a disposizione di un'azienda. - Riconoscere misure imprenditoriali e aziendali nell'ambito di una strategia aziendale. <p>Prestazioni</p> <ul style="list-style-type: none"> - Spiegare le diverse forme di organizzazione aziendale (organigrammi). - Spiegare il contenuto e lo scopo di un mansionario. <p>Campi di studio speciali dell'economia aziendale: assicurazione</p> <ul style="list-style-type: none"> - Indicare i rischi più comuni che colpiscono un individuo nella vita professionale e privata. - Valutare e spiegare le possibilità di protezione finanziaria tramite le assicurazioni sociali e 	<p>Modello aziendale e finanze</p> <ul style="list-style-type: none"> - Obiettivi aziendali e conflitti. - Strategie aziendali. - Finanziamento interno ed esterno. <p>Prestazioni</p> <ul style="list-style-type: none"> - Organizzazione procedurale e strutturale. - Mansionario <p>Campi di studio speciali dell'economia aziendale: assicurazione</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mettere in evidenza l'utilità di una assicurazione. - Classificazione delle assicurazioni. - Lessico specifico del ramo assicurativo. - Funzionamento dei tre pilastri. 	<p>La valutazione della persona in formazione avviene nel modo seguente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - almeno 3 prove scritte per semestre - applicazione e partecipazione alle lezioni - esecuzione puntuale dei compiti

ML 2-01 Obiettivi d'insegnamento

previdenziali (3 pilastri) e le principali assicurazioni private (RC auto, RC privata, casco parziale e totale, economia domestica, assicurazione stabile, assicurazione vita e assicurazione viaggio).

Campi di studio speciali dell'economia aziendale: banche.

- Spiegare a grandi linee il funzionamento delle banche e le loro principali attività.
- Spiegare i titoli come possibilità di finanziamento e di investimento.
- Spiegare le possibilità di investimento tenendo conto del profilo dell'investitore: investimenti tradizionali (mercato monetario a un anno, azioni, obbligazioni).
- Accennare agli investimenti alternativi in immobili, in materie prime e hedge fund.

Modello aziendale e prestazioni

- Definire il concetto di marketing e le ragioni che spingono le imprese a rapportarsi al mercato secondo questo orientamento.
- 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).
- Evidenziare l'importanza dei valori aziendali anche nella formulazione del piano di marketing.

Campi di studio speciali dell'economia aziendale: banche.

- Operazioni attive, passive e neutre.
- Azioni, obbligazioni e altre forme di investimento.
- Strategie d'investimento

Modello aziendale e prestazioni

- Studio (micro e macro ambiente) e ricerche di mercato.
- Marketing mix:
- Prodotto compreso il ciclo di vita di un prodotto
- Politiche di prezzo
- Distribuzione con scelta dei canali
- Promozione e pubblicità

CPC Chiasso	Modulo di lavoro	Pagina 3 di 3
	ML 2-01 Obiettivi d'insegnamento	

<ul style="list-style-type: none"> - Riconoscere e analizzare le leve del marketing mix per un efficace posizionamento del prodotto. - Analizzare le politiche di marketing mix realizzate da imprese per prodotti diversi. 		
	Supporti didattici necessari: Calcolatrice e classificatore di materia GLIMI.	