

CPC Chiasso	Modulo di lavoro	Pagina 1 di 2
	ML 2-01 Obiettivi d'insegnamento	

Materia: Economia aziendale	Curricolo: SPC IC profilo E dal 2022-2023 Anno: 3 anno	Ore lezione settimanali: 1
Obiettivo di formazione	Contenuti del programma	Metodo di valutazione
<p>Al termine del corso lo studente è in grado di spiegare mediante esempi pratici quanto segue:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ciclo di vita dei prodotti; - segmentazione del mercato e forme di mercato; - obiettivi di mercato (bisogni, mercati parziali, segmenti di clientela); - obiettivi di prodotto (tipo e qualità, assortimento profondo e assortimento vasto, cifra d'affari); - dimensioni del mercato (potenziale, quota di mercato, volume, segmento); - posizione sul mercato; - ricerca di mercato e rispettivi strumenti; - nozione di marketing-mix e 4P; - nozione di finanziamento e investimento: analisi delle diverse pratiche, in parte preconoscenze contabili che sono quindi riviste e consolidate. - business plan e pianificazione finanziaria. 	<p>Durante il corso vengono trattati i seguenti argomenti:</p> <p>Nozioni di base del marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> - Con l'aiuto di semplici esempi pratici spiego i seguenti rapporti e strumenti fondamentali nel campo del marketing e ne illustro significato e importanza; - ciclo di vita dei prodotti; - segmentazione del mercato e forme di mercato; - obiettivi di mercato (bisogni, mercati parziali, segmenti di clientela); - obiettivi di prodotto (tipo e qualità, assortimento profondo e assortimento vasto, cifra d'affari); - dimensioni del mercato (potenziale, quota di mercato, volume, segmento); - posizione sul mercato; - ricerca di mercato e rispettivi strumenti. <p>Marketing-mix (4 P) Per un prodotto e un servizio concreti realizzo un marketing-mix coerente. Definisco e giustifico gli</p>	<p>La valutazione della persona in formazione avviene nel modo seguente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - prove scritte, almeno 2 per semestre - applicazione e partecipazione alle lezioni - esecuzione puntuale dei compiti - eventuali lavori di ricerca e/o presentazioni degli allievi

ML 2-01 Obiettivi d'insegnamento

strumenti di marketing per quanto concerne product, place, price e promotion.

Finanziamenti e investimenti

Investimenti, liquidità, altri investimenti, previdenza individuale vincolata, fondi di investimento, borsa, tipi di finanziamento, aumento di capitale, emissione di un prestito obbligazionario, credito, finanziamento delle famiglie e delle aziende, leasing e credito ipotecario.

Studio di casi / problematiche legate alla pianificazione (business plan e pianificazione finanziaria)

Tramite lo studio di casi pratici conformi al mio livello affino le seguenti capacità:

- riconoscere e classificare problemi e tematiche di base legate all'economia aziendale;
- formulare problematiche e conflitti di interesse tipici di aziende;
- sviluppare soluzioni per problematiche aziendali nei seguenti campi: gruppi di interesse, strategia, linee direttrici, organizzazione, marketing e finanziamento;
- valutare soluzioni per le problematiche aziendali menzionate con l'aiuto di criteri predefiniti o sviluppati personalmente.

Supporti didattici necessari: Manuale di riferimento di economia aziendale GLIMI