

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

**ML 2-01 Obiettivi d'insegnamento**

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.
- 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.

- 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

**ML 2-01 Obiettivi d'insegnamento**

Supporti didattici necessari: Calcolatrice e classificatore di materia GLIML.