

	<p style="text-align: center;"><b>PIANO ANNUALE DI LAVORO</b>  <b>DISCIPLINA:</b>  ECONOMIA AZIENDALE - OPZIONE PUBBLICITARIA  <b>a. s. 2019/2020</b></p>	<div style="text-align: center;">     pag. 1 di 9 </div>
---	---	---

## Programmazione disciplinare per le classi terze, indirizzo servizi commerciali – opzione promozione commerciale e pubblicità

### 1. FINALITÀ

IN QUESTA CLASSE, L'INTENTO DEL LAVORO, È QUELLO DI FAR ACQUISIRE ALLO STUDENTE LE CONOSCENZE DI BASE PER CONSEGUIRE LE COMPETENZE PROFESSIONALI CHE GLI CONSENTONO DI SUPPORTARE OPERATIVAMENTE LE AZIENDE NELLA GESTIONE DEI PROCESSI PRODUTTIVI DEI SERVIZI. PER TUTTI GLI ALUNNI È PREVISTO LO STAGE DELLA DURATA DI 3 SETTIMANE (DAL 13 FEBBRAIO AL 4 MARZO) CHE COSTITUISCE IL PROSEGUIMENTO DELL'ATTIVITÀ SVOLTA IN CLASSE E CONSENTE DI VERIFICARE LA VALIDITÀ DELLE METODOLOGIE ADOTTATE DAI DOCENTI. L'AZIENDA OSPITANTE SARÀ CHIAMATA, AL TERMINE DEL PERIODO DI STAGE, A COMPILARE UNA SCHEDA DI VALUTAZIONE CHE SARÀ CONSIDERATA DAL C.D.C. IN SEDE DI VALUTAZIONE DEL CREDITO FORMATIVO.

I PUNTI QUALIFICANTI RIGUARDANO:

- 1) L'ORGANIZZAZIONE E LA GESTIONE D'IMPRESA
- 2) IL SISTEMA INFORMATIVO AZIENDALE
- 3) IL BILANCIO D'ESERCIZIO: SCHEMA DI STATO PATRIMONIALE E CONTO ECONOMICO IN FORMA ABBREVIATA
- 4) L'AGENZIA PUBBLICITARIA
- 5) LA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA TRA OLD E NEW ECONOMY

COMPETENZE	CONOSCENZE	ABILITÀ	MODULO	TEMPI	METODOLOGIA/STRUMENTI
Interagire nel sistema azienda e riconoscere i diversi modelli di strutture organizzative aziendali	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Forme giuridiche delle imprese e concetto economico-giuridico di imprenditore</li> <li>✓ Fabbisogno finanziario e fonti di finanziamento aziendale</li> <li>✓ Patrimonio d’azienda</li> <li>✓ Reddito d’esercizio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Individuare la forma giuridica aziendale più adatta alla realizzazione di un’idea imprenditoriale</li> <li>✓ Individuare le fonti di finanziamento adeguate alle esigenze aziendali</li> <li>✓ Riconoscere gli elementi che costituiscono il patrimonio d’impresa</li> <li>✓ Individuare gli elementi che concorrono alla definizione del risultato economico d’impresa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Modulo A <b>La gestione aziendale</b></li> <li> <u>Libro di testo:</u> <i>Nuovo Tecniche Professionali dei Servizi Commerciali</i>, Tramontana</li> </ul>	<b>Primo periodo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Lezione frontale</li> <li>✓ Esercitazione guidata</li> <li>✓ Esercitazioni individuali e di gruppo</li> <li>✓ Analisi di casi, problem solving</li> </ul> <p>Strumenti operativi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Libri di testo</li> <li>● LIM (ove disponibile)</li> <li>● Calcolatrice</li> <li>● Tablet (per le classi generazioni web)</li> <li>● Strumenti del laboratorio informatico</li> <li>● Materiali multimediali</li> <li>● Prospetti del Patrimonio e del Risultato Economico</li> </ul>
Svolgere attività connesse	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Sistema informativo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Operare nel sistema</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Modulo B <b>Il sistema</b></li> </ul>	<b>Primo periodo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Lezione frontale</li> <li>✓ Esercitazione guidata</li> </ul>

all’attuazione delle rilevazioni aziendali e interagire col sistema informativo aziendale anche attraverso l’uso di strumenti informatici e telematici	<div> <div>✓</div> <div>aziendale</div> </div> <div> <div>✓</div> <div>Metodo della partita doppia (P.D.)</div> </div> <div> <div>✓</div> <div>Operazioni di costituzione e gestione dell’impresa (acquisti, vendite e loro regolamento)</div> </div>	<div> <div>✓</div> <div>informativo aziendale</div> </div> <div> <div>✓</div> <div>Analizzare le operazioni aziendali e applicare il metodo della partita doppia</div> </div> <div> <div>✓</div> <div>Rilevare in P.D. le operazioni di costituzione e di gestione</div> </div>	<div> <div>informativo aziendale</div> </div> <div> <div>Libro di testo:</div> <div>Nuovo Tecniche Professionali dei Servizi Commerciali, Tramontana</div> </div>		<div> <div>✓</div> <div>Esercitazioni individuali e di gruppo</div> </div> <div> <div>✓</div> <div>Analisi di casi, problem solving</div> </div> <div>Strumenti operativi:</div> <div> <div>•</div> <div>Libri di testo</div> </div> <div> <div>•</div> <div>LIM (ove disponibile)</div> </div> <div> <div>•</div> <div>Calcolatrice</div> </div> <div> <div>•</div> <div>Tablet (per le classi generazioni web)</div> </div> <div> <div>•</div> <div>Strumenti del laboratorio informatico</div> </div> <div> <div>•</div> <div>Materiali multimediali</div> </div> <div> <div>•</div> <div>Prospetti del Patrimonio e del Risultato economico</div> </div>
Svolgere attività connesse all’attuazione delle rilevazioni aziendali e interagire col sistema informativo aziendale anche attraverso l’uso di strumenti	<div> <div>✓</div> <div>Competenza economica</div> </div> <div> <div>✓</div> <div>Norme del codice civile riguardanti il bilancio d’esercizio</div> </div> <div> <div>✓</div> <div>Stato patrimoniale e</div> </div>	<div> <div>✓</div> <div>Calcolare il risultato economico d’esercizio di un’impresa</div> </div> <div> <div>✓</div> <div>Determinare il patrimonio di funzionamento di un’impresa</div> </div>	<div> <div>✓</div> <div>Modulo C</div> <div><b>Il bilancio d’esercizio</b></div> </div> <div> <div>Libro di testo:</div> <div>Nuovo Tecniche Professionali dei Servizi Commerciali,</div> </div>	<b>Primo periodo/Secondo periodo</b>	<div> <div>•</div> <div>Lezione frontale</div> </div> <div> <div>•</div> <div>Esercitazione guidata</div> </div> <div> <div>•</div> <div>Esercitazioni individuali e di gruppo</div> </div> <div> <div>•</div> <div>Problem solving</div> </div> <div>Strumenti operativi:</div> <div> <div>•</div> <div>Libro di testo</div> </div> <div> <div>•</div> <div>LIM (ove disponibile)</div> </div>

informatici e telematici	Conto economico in forma abbreviata		Tramontana		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Calcolatrice</li> <li>• Strumenti del laboratorio informatico</li> <li>• Materiali multimediali</li> <li>• Modulistica di settore</li> </ul>
Mettere in relazione le diverse figure professionali che operano in agenzia	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Le attività fondamentali svolte dalla rete di agenzie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Cogliere le relazioni funzionali dei principali ruoli professionali</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Modulo 3 <b>L’agenzia pubblicitaria</b></li> </ul> <p><u>Libro di testo:</u>  <i>Pianificazione pubblicitaria tra old economy e new economy</i>, CLITT</p>	<b>Secondo periodo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Lezione frontale</li> <li>✓ Esercitazione guidata</li> <li>✓ Esercitazioni individuali e di gruppo</li> <li>✓ Analisi di casi, problem solving</li> </ul> <p>Strumenti operativi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Libri di testo</li> <li>• LIM (ove disponibile)</li> <li>• Tablet (per le classi generazioni web)</li> <li>• Strumenti del laboratorio informatico</li> <li>• Materiali multimediali</li> </ul>
Cogliere le potenzialità comunicative delle diverse forme di	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Le caratteristiche generali dei diversi media</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Cogliere la relazione tra i diversi veicoli e il target, almeno in</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Modulo 4 <b>La comunicazione pubblicitaria tra old e new economy</b></li> </ul>	<b>Secondo periodo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Lezione frontale</li> <li>✓ Esercitazione guidata</li> <li>✓ Esercitazioni individuali e di gruppo</li> </ul>

comunicazione aziendale	<div>✓</div> Gli elementi della comunicazione above the line e below the line	situazioni problematiche semplici	Libro di testo: <i>Pianificazione pubblicitaria tra old economy e new economy</i> , CLITT		<div>✓</div> Analisi di casi, problem solving  Strumenti operativi: <ul style="list-style-type: none"> <li>Libri di testo</li> <li>LIM (ove disponibile)</li> <li>Tablet (per le classi generazioni web)</li> <li>Strumenti del laboratorio informatico</li> <li>Materiali multimediali</li> </ul>
Analizzare gli elementi distintivi e le capacità comunicative dei nuovi media ecogliere le dinamiche del marketing	<div>✓</div> Le principali caratteristiche dei new media <div>✓</div> I nuovi orientamenti del marketing	<div>✓</div> Individuare le funzioni dei new media in una campagna integrata <div>✓</div> Individuare le finalità generali delle nuove azioni di marketing	<div>✓</div> Modulo 5 <b>La comunicazione pubblicitaria nella new economy</b>  Libro di testo: <i>Pianificazione pubblicitaria tra oldeconomy e new economy</i> , CLITT	<b>Secondo periodo</b>	<div>✓</div> Lezione frontale <div>✓</div> Esercitazione guidata <div>✓</div> Esercitazioni individuali e di gruppo <div>✓</div> Analisi di casi, problem solving  Strumenti operativi: <ul style="list-style-type: none"> <li>Libri di testo</li> <li>LIM (ove disponibile)</li> <li>Tablet (per le classi generazioni web)</li> <li>Strumenti del laboratorio informatico</li> </ul>

					<ul style="list-style-type: none"><li>• Materiali multimediali</li></ul>
--	--	--	--	--	--

2. MODALITÀ DI VERIFICA E NUMERO DELLE PROVE PER OGNI PERIODO

- Verifiche scritte intese come prove oggettive e semi-strutturate motivate
- Verifiche orali che favoriscono la capacità di esposizione

Si prevedono:

- almeno due verifiche scritte e almeno due verifiche orali (di cui una scritta valevole come orale) per il 1° trimestre;
- almeno tre verifiche scritte e almeno due verifiche orali per il 2° pentamestre.

Si sottolinea, infine, che la verifica è un momento indispensabile per accertare se c'è stato apprendimento e, quindi se è possibile continuare lo svolgimento del programma; in caso di verifiche non soddisfacenti si renderanno necessari interventi di recupero in itinere.

Mentre con la verifica si misura l'apprendimento degli allievi nelle singole prove, la valutazione, partendo da questi dati, tenderà ad esprimere un giudizio complessivo sull'allievo, analizzandone il percorso dell'apprendimento, la partecipazione al lavoro scolastico e l'impegno profuso.

In particolare, riguardo alla proposta della commissione che ha elaborato i criteri per organizzare verifiche scritte (P.E.I. con promozione legale), potranno essere utilizzate anche altri tipi di verifiche più idonee all'accertamento delle capacità di applicazione.

La commissione ha altresì individuato degli indicatori idonei a verificare il raggiungimento delle competenze come da prospetto allegato alla programmazione.

	<p style="text-align: center;"><b>PIANO ANNUALE DI LAVORO</b>  <b>DISCIPLINA:</b>  ECONOMIA AZIENDALE - OPZIONE PUBBLICITARIA  <b>a. s. 2019/2020</b></p>	
		<p style="text-align: right;">pag. 7 di 9</p>

### 3. CRITERI DI VALUTAZIONE

- Il numero e il voto conseguito nelle prove scritte
- Il numero e il voto conseguito nelle prove orali
- L'impegno profuso nel lavoro individuale
- La partecipazione al lavoro di gruppo
- Le capacità logiche, espressive ed espositive

In generale per i criteri di valutazione si fa riferimento a quanto stabilito nel POF.

### 4. PERCORSI INTERDISCIPLINARI

Con Diritto ed Economia, in rapporto agli aspetti contrattualistici.

Con Matematica per gli aspetti finanziari.

Utilizzo di applicazioni di videoscrittura e applicazione di foglio elettronico e di contabilità per calcoli e rilevazioni contabili.

Con Inglese, l'introduzione di lessico di settore.

### 5. COMPETENZE MINIME DECLINATE PER ABILITÀ

Conoscere le caratteristiche principali delle società di persone e di capitali.

Conoscere i principali tipi di finanziamenti e d'investimenti.

Conoscere le caratteristiche del patrimonio e del reddito.

Saper registrare semplici operazioni di gestione relative alle aziende individuali.

Conoscere le attività fondamentali svolte da un'agenzia pubblicitaria.

Conoscere le caratteristiche generali dei diversi media.

Individuare le funzioni dei new media e le finalità delle nuove azioni di marketing.

Nella riunione di materia gli insegnanti del triennio decidono, in linea di massima, di uniformarsi ai criteri proposti dalla commissione che ha elaborato gli accorgimenti metodologici e le strategie mirate di semplificazione dei contenuti e di facilitazione degli apprendimenti, con la possibilità di scegliere modalità più adatte alle varie situazioni delle classi e degli alunni

Si sottolinea la difficoltà di effettuare eccessive semplificazioni per il carattere multidisciplinare e la complessità della parte operativa che assume la materia per il suo aspetto professionalizzante.

Si puntualizza, altresì, che la realtà in cui ogni docente si trova a svolgere la propria funzione educativa e didattica è ormai molto complessa.

La presenza di alunni stranieri, di alunni portatori di handicap, di ragazzi provenienti da percorsi scolastici diversi e il livello medio di preparazione provoca spesso un rallentamento nello svolgimento dei programmi che non permette di assicurare il completamento degli stessi che saranno adattati alle necessità delle singole classi.

Milano, \_\_/\_\_/20\_\_

il Coordinatore/la Coordinatrice di Materia

I Docenti della Disciplina



---

---

---