

AREA ECONOMICA

ASSE: GIURIDICO - ECONOMICO

Discipline coinvolte: SCIENZE ECONOMICO - AZIENDALE e DIRITTO

PRIMO BIENNIO classi prime/seconde

COMPETENZA IN USCITA AREA GENERALE	ABILITÀ	CONOSCENZE
PRIMA AFM	Lo studente al termine del percorso quinquennale, dovrà essere in grado di: analizzare la realtà e i fatti concreti della vita quotidiana ed elaborare generalizzazioni che aiutino a spiegare i comportamenti individuali e collettivi in chiave economica; riconoscere la varietà e lo sviluppo storico delle forme economiche, sociali e istituzionali attraverso le categorie di sintesi fornite dall'economia e dal diritto; riconoscere l'interdipendenza tra fenomeni economici, sociali, istituzionali, culturali e la loro dimensione locale/globale; orientarsi nella normativa pubblicistica, civilistica e fiscale; intervenire nei sistemi aziendali con riferimento a previsione, organizzazione, conduzione e controllo di gestione; utilizzare gli strumenti di marketing in differenti casi e contesti; distinguere e valutare i prodotti e i servizi aziendali, effettuando calcoli di convenienza per individuare soluzioni ottimali; analizzare i problemi scientifici, etici, giuridici e sociali connessi agli strumenti culturali acquisiti.	Ai fini del raggiungimento dei risultati di apprendimento sopra riportati in esito al percorso quinquennale, nel primo biennio il docente persegue, nella propria azione didattica ed educativa, l'obiettivo prioritario di far acquisire allo studente le competenze di base attese a conclusione dell'obbligo di istruzione, di seguito richiamate: riconoscere le caratteristiche essenziali del sistema socio-economico per orientarsi nel tessuto produttivo del proprio territorio; individuare le strategie appropriate per la soluzione di problemi; collocare l'esperienza personale in un sistema di regole fondato sul reciproco riconoscimento dei diritti garantiti dalla Costituzione, a tutela della persona della collettività e dell'ambiente; favorire un processo di apprendimento basato sulla capacità degli studenti di decodificare e rappresentare la realtà in cui vivono, promuovendo l'osservazione dei fenomeni collegati all'impresa, cogliendone gli aspetti giuridici, geografici, storici, culturali e antropici che identificano l'azienda come un "sistema aperto".

COMPETENZA IN USCITA AREA DI INDIRIZZO	ABILITÀ	CONOSCENZE
PRIMA AFM	Analizzare il testo in adozione, la sua struttura e organizzazione dei contenuti Impostare il metodo di studio dell'Economia Aziendale Eseguire problemi applicando i sistemi di misura, la proporzionalità diretta e inversa e la tecnica dei riparti. Applicare correttamente i calcoli sotto e sopra cento. Convertire valute in problemi commerciali Analizzare dati e interpretarli sviluppando deduzioni e ragionamenti sugli stessi,	Contratto formativo Competenze da acquisire in Economia Aziendale Sistema metrico decimale e misure complesse Calcolo proporzionale, percentuale e riparti Conoscere l'Euro e le valute estere Conoscere le diverse rappresentazioni grafiche Il concetto di attività economica, le sue fasi evolutive e i soggetti economici L'azienda, i suoi elementi costitutivi e i

	anche con l'ausilio di rappresentazioni grafiche usando consapevolmente gli strumenti di calcolo. Individuare i vari tipi di bisogni e di beni. Classificare le aziende secondo i vari criteri. Attribuire agli organi dell'azienda le funzioni che svolgono. Riconoscere le fondamentali operazioni di gestione. Applicare in situazioni semplici la determinazione del patrimonio e del risultato economico globale. Applicare in situazioni semplici la determinazione delle imposte sul reddito. Determinare la base imponibile e l'IVA e liquidare l'IVA periodica. Riconoscere e interpretare le varie clausole del contratto di compravendita. Redigere i documenti fondamentali della vendita - scontrino fiscale - documento di trasporto - fattura a una aliquota IVA - nota di variazione	soggetti che operano all'interno. Le funzioni fondamentali e la struttura organizzativa Aspetti giuridici, tecnici e fiscali degli scambi. I caratteri giuridici del contratto di compravendita Le clausole fondamentali relative a: consegna, imballaggio e pagamento. I fondamenti dell'IVA e la liquidazione IVA. I principali documenti della compravendita. .
--	---	--

COMPETENZA IN USCITA AREA DI INDIRIZZO	ABILITÀ	CONOSCENZE
SECONDA AFM	Distinguere, analizzare e compilare i vari mezzi di pagamento. Compilare i titoli di credito e calcolare i bolli cambiari. Riconoscere e saper scegliere il mezzo di pagamento più idoneo alle diverse situazioni Analizzare dati e interpretarli sviluppando deduzioni e ragionamenti sugli stessi, anche con l'ausilio di rappresentazioni grafiche usando consapevolmente gli strumenti di calcolo. Riconoscere le varie fonti del finanziamento aziendale Riconoscere le principali suddivisioni e gli strumenti del mercato dei capitali Applicare i calcoli finanziari relativi all'interesse e dello sconto commerciale e ai problemi connessi Applicare i calcoli finanziari all'unificazione di capitali	Contratto formativo. Competenze da acquisire in Economia Aziendale. L'azienda: elementi, soggetti e sistema organizzativo. Le operazioni di gestione. Gli investimenti e le fonti di finanziamento. Il concetto di patrimonio e il concetto di reddito. I fondamenti dell'IVA. Aspetti giuridici, tecnici e fiscali della compravendita I principali documenti della compravendita I rapporti creditizi e il loro regolamento I fondamentali mezzi di pagamento nel loro aspetto giuridico e nella forma tecnica I titoli di credito I bonifici e i giroconti Le carte di credito e di debito L'assegno bancario e circolare La metodologia di smobilizzo

	Individuare le strategie più appropriate e vantaggiose per la soluzione di problemi. Analizzare dati e interpretarli sviluppando deduzioni e ragionamenti sugli stessi, anche con l'ausilio di rappresentazioni grafiche usando consapevolmente gli strumenti di calcolo. Redigere semplici situazioni patrimoniali ed economiche. Riconoscere le caratteristiche delle aziende nello studio dei casi aziendali. Operare nel sistema delle rilevazioni aziendali avendo la visione d'insieme e sapendone utilizzare gli strumenti operativi e concettuali.	delle cambiali. Il fabbisogno di capitali e il mercato dei capitali. I concetti fondamentali di interesse e montante. I problemi diretti e inversi dell'interesse e del montante. Il regolamento anticipato dei rapporti creditizi. I problemi diretti e inversi dello sconto commerciale e del valore attuale. La scadenza comune e la scadenza adeguata. Concetto di conto corrente di corrispondenza. Il patrimonio e l'analisi delle relazioni fra le fonti e gli impieghi. I disinvestimenti Il risultato economico della gestione.
--	---	---

ASSE: GIURIDICO - ECONOMICO

Discipline coinvolte: **SCIENZE ECONOMICO - AZIENDALE e DIRITTO**

SECONDO BIENNIO-. Classi terze/quarte

COMPETENZE IN USCITA AREA DI INDIRIZZO AFM	ABILITA'	CONOSCENZE
SECONDO BIENNIO	Strumenti e modalità di rappresentazione e comunicazione dei fenomeni economici. Strategie aziendali di localizzazione, delocalizzazione e globalizzazione dell'azienda. Correlazioni, calcolo, analisi relative al fabbisogno finanziario e alle connesse fonti di finanziamento nelle diverse forme giuridiche d'impresa. Funzione, struttura e contenuto dei preventivi di impianto. Teoria e principi di organizzazione aziendale. Modelli organizzativi aziendali. Strumenti di rappresentazione, descrizione e documentazione delle	Reperire, rappresentare e commentare dati economici in funzione di specifiche esigenze conoscitive. Riconoscere le interdipendenze fra sistemi economici e le strategie di localizzazione, delocalizzazione e globalizzazione. Individuare le possibili fonti di finanziamento in relazione alla forma giuridica d'impresa. Correlare e comparare finanziamenti e impieghi. Produrre e commentare preventivi di impianto. Identificare i processi e le dinamiche organizzative in funzione di strategie aziendali date. dei suoi organigrammi e funzionigrammi

	procedure e dei flussi informativi. Caratteristiche del mercato del lavoro. Struttura, contenuto e aspetti economici dei contratti di lavoro. Politiche, strategie, amministrazione nella gestione delle risorse umane. Tecniche di selezione del personale e curriculum europeo. Principi contabili. Regole e tecniche di contabilità generale. Aspetti finanziari ed economici delle diverse aree della gestione aziendale. Normative e tecniche di redazione del sistema di bilancio in relazione alla forma giuridica e alla tipologia di azienda. Programmi applicativi di contabilità integrata. Principi, teoria e tecniche di marketing. Analisi e politiche di mercato. Leve di marketing e loro utilizzo nella politica organizzativa e gestionale della rete di vendita. Struttura del piano di marketing. Soggetti, mercati, prodotti e organi del sistema finanziario. Calcoli connessi ai principali contratti finanziari e relativi problemi di scelta. Caratteristiche gestionali delle imprese dell'area finanza. Aspetti tecnici, economici, giuridici, fiscali e contabili delle operazioni di intermediazione finanziaria bancaria e relativa documentazione. Finalità, concetti e tipologie della comunicazione d'impresa. Architettura del	Rappresentare e documentare procedure e flussi informativi. Riconoscere l'assetto strutturale di un'impresa attraverso l'analisi Raffrontare tipologie diverse di rapporti di lavoro e indicare criteri di scelta in relazione ad economicità, efficienza, contesto sociale e territoriale. Calcolare la remunerazione del lavoro in relazione alla tipologia contrattuale e redigere i connessi documenti amministrativi. Redigere il curriculum vitae europeo e simulare colloqui di selezione anche in lingua straniera. Individuare le fonti e analizzare i contenuti dei principi contabili. Redigere la contabilità utilizzando programmi applicativi integrati. Individuare e analizzare sotto il profilo strategico, finanziario ed economico le operazioni delle aree gestionali. Redigere e commentare i documenti che compongono il sistema di bilancio. Ricerca e descrivere le caratteristiche di mercati di beni o servizi. Costruire strumenti di indagine, raccogliere dati, elaborarli, interpretarli per individuare in un dato contesto il comportamento dei consumatori e delle imprese concorrenti. Elaborare piani di marketing in relazione alle politiche di mercato aziendali. Riconoscere l'evoluzione delle strategie di marketing. Riconoscere soggetti, caratteristiche gestionali e
--	--	---

	sistema informativo aziendale. Modelli, strumenti e forme di comunicazione aziendale integrata. Principi di responsabilità sociale dell'impresa. Bilancio sociale e ambientale d'impresa. Lessico e fraseologia di settore anche in lingua inglese.	regole dei mercati finanziari regolamentati e non regolamentati. Individuare e descrivere prodotti dei mercati finanziari in relazione al loro diverso impiego. Effettuare calcoli relativi alle operazioni finanziarie e bancarie anche per comparare offerte di investimento. Riconoscere e analizzare i principali documenti di sintesi della gestione delle banche. Utilizzare codici e tecniche di comunicazione funzionali a contesti interni ed esterni all'azienda. Riconoscere e rappresentare l'architettura di un sistema informativo aziendale. Elaborare piani di comunicazione integrata rivolti ai differenti soggetti interessati. Descrivere il ruolo sociale dell'impresa ed esaminare il bilancio sociale e ambientale quale strumento di informazione e comunicazione verso la comunità. Utilizzare lessico e fraseologia di settore anche in lingua inglese.
--	--	--

COMPETENZE IN USCITA AREA DI INDIRIZZO TURISMO	ABILITA'	CONOSCENZE
SECONDO BIENNIO	Ruolo del turismo nel contesto storico sociale ed economico . Mercato turistico. Specificità e rischi di gestione delle imprese turistiche. Soggetti pubblici che intervengono nell'attività turistica. Gestione dell'impresa turistica. Componenti del prodotto	Riconoscere le componenti storiche, sociali e culturali che concorrono allo sviluppo integrato del turismo. Riconoscere le tendenze dei mercati e le problematiche di localizzazione di un'azienda turistica. Distinguere le strutture organizzative e riconoscere le problematiche significative e

	turistico. Ruoli e responsabilità nelle professioni turistiche. Rilevazioni tipiche della contabilità delle imprese turistiche . Bilancio d'esercizio e documenti collegati. Principi e teoria del marketing. Marketing turistico operativo e strategico. Tecniche, metodologie e strumenti di marketing. Strumenti di comunicazione interpersonale nei diversi contesti aziendali. Comunicazione con il cliente.	ricorrenti del settore. Riconoscere i fattori che determinano il rischio imprenditoriale ed individuare possibili strategie di attenuazione del rischio. Individuare compiti, azioni e piani di intervento dei soggetti pubblici che operano nel settore turistico. Individuare le procedure che caratterizzano la gestione delle aziende turistiche, rappresentarne i processi e i flussi informativi. Riconoscere gli elementi materiali e i servizi che compongono il prodotto turistico. Individuare la documentazione e le procedure per la progettazione realizzazione di un viaggio. Identificare i ruoli e le responsabilità delle diverse funzioni aziendali nell'impresa turistica. Gestire le rilevazioni elementari e saperle collocare nei programmi di contabilità integrata. Leggere e interpretare il bilancio di esercizio di un'impresa turistica e i documenti collegati. Analizzare la domanda turistica ed individuare i potenziali target di clienti. Analizzare i punti di contatto tra macro e micro marketing nel settore turistico. Individuare forme di promozione e commercializzazione adeguate ai diversi mercati sulla base delle risorse disponibili. Utilizzare strumenti di supporto alla programmazione turistica territoriale. Utilizzare codici e tecniche della
--	--	---

		comunicazione aziendale funzionali ai contesti. Curare la fidelizzazione della clientela nell'ottica della customer care e customer satisfaction
--	--	--

ASSE GIURIDICO-ECONOMICO

Discipline coinvolte: **SCIENZE ECONOMICO AZIENDALI e DIRITTO**

classi quinte

COMPETENZA IN USCITA AREA GENERALE	ABILITÀ	CONOSCENZE
V AFM/SIA	Lo studente, al termine del percorso quinquennale, dovrà conseguire i seguenti risultati di apprendimento relativi al profilo educativo, culturale e professionale: Analizzare la realtà e i fatti concreti della vita quotidiana ed elaborare generalizzazioni che aiutino a spiegare i comportamenti individuali e collettivi in chiave economica; Riconoscere la varietà e lo sviluppo storico delle forme economiche, sociali e istituzionali attraverso le categorie di sintesi fornite dall'economia e dal diritto; Riconoscere l'interdipendenza tra fenomeni economici, sociali, istituzionali, culturali e la loro dimensione locale/globale; Intervenire nei sistemi aziendali con riferimento a previsione, organizzazione, conduzione e controllo di gestione; Utilizzare gli strumenti di marketing in differenti casi e contesti; Distinguere e valutare i prodotti e i servizi aziendali, effettuando calcoli di convenienza per individuare soluzioni ottimali; Intervenire nei sistemi aziendali con riferimento a	Riconoscere e interpretare: - le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali anche per coglierne le ripercussioni in un dato contesto; - i macrofenomeni economici nazionali e internazionali per connetterli alla specificità di un'azienda; - i cambiamenti dei sistemi economici nella dimensione diacronica attraverso il confronto fra epoche storiche e nella dimensione sincronica attraverso il confronto fra aree geografiche e culture diverse; · individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica e fiscale con particolare riferimento alle attività aziendali; · interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi e flussi informativi con riferimento alle differenti tipologie di imprese; · riconoscere i diversi modelli organizzativi aziendali, documentare le procedure e ricercare soluzioni efficaci rispetto a situazioni date; · individuare le caratteristiche del mercato del lavoro e collaborare alla gestione delle risorse umane; · gestire il sistema delle rilevazioni aziendali con l'ausilio di programmi di contabilità integrata;

	previsione, organizzazione, conduzione e controllo di gestione; Distinguere e valutare i prodotti e i servizi aziendali, effettuando calcoli di convenienza per individuare soluzioni ottimali; Agire nel sistema informativo dell'azienda e contribuire sia alla sua innovazione sia al suo adeguamento organizzativo e tecnologico.	· applicare i principi e gli strumenti della programmazione e del controllo di gestione, analizzandone i risultati; · inquadrare l'attività di marketing nel ciclo di vita dell'azienda e realizzare applicazioni con riferimento a specifici contesti e diverse politiche di mercato; · orientarsi nel mercato dei prodotti assicurativo-finanziari, anche per collaborare nella ricerca di soluzioni economicamente vantaggiose; · utilizzare i sistemi informativi aziendali e gli strumenti di comunicazione integrata d'impresa, per realizzare attività comunicative con riferimento a differenti contesti; · analizzare e produrre i documenti relativi alla rendicontazione sociale e ambientale, alla luce dei criteri sulla responsabilità sociale d'impresa; · identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti
--	--	--

COMPETENZA IN USCITA AREA DI INDIRIZZO	ABILITÀ	CONOSCENZE
V AFM/SIA/	Interpretare l'andamento della gestione aziendale attraverso l'analisi di bilancio per indici e per flussi e comparare bilanci di aziende diverse. Riconoscere gli elementi di positività e criticità espressi nella certificazione di revisione. Interpretare la normativa fiscale e predisporre la dichiarazione dei redditi d'impresa. Delineare il processo di pianificazione, programmazione e controllo individuandone i tipici strumenti e il loro utilizzo	Casi di diversa complessità focalizzati su differenti attività aziendali: A. Analisi di bilancio per indici e per flussi Norme e procedure di revisione e controllo dei bilanci. Normativa in materia di imposte sul reddito d'impresa. B. Strumenti e processo di pianificazione strategica e di controllo di gestione Business plan C. Politiche di mercato e piani di marketing aziendali

	Costruire il sistema di budget; comparare e commentare gli indici ricavati dall'analisi dei dati. Costruire business plan. Elaborare piani di marketing in riferimento alle politiche di mercato dell'azienda. Effettuare ricerche ed elaborare proposte in relazione a specifiche situazioni finanziarie. Predisporre report differenziati in relazione ai casi studiati e ai destinatari, anche in lingua straniera. Confrontare bilanci sociali e ambientali commentandone i risultati.	D. Prodotti finanziari e loro utilizzo strategico da parte dell'impresa E. Tecniche di reporting realizzate con il supporto informatico F. Rendicontazione ambientale e sociale dell'impresa .
--	---	--

ASSE GIURIDICO-ECONOMICO

Discipline coinvolte: **SCIENZE ECONOMICO AZIENDALI e DIRITTO**

classi quinte

COMPETENZA IN USCITA AREA GENERALE	ABILITÀ	CONOSCENZE
V TURISTICO	La disciplina "Discipline turistiche e aziendali" concorre a far conseguire allo studente al termine del percorso quinquennale i seguenti risultati di apprendimento relativi al profilo educativo, culturale e professionale: Utilizzare le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio, ricerca e approfondimento disciplinare; Agire nel sistema informativo dell'azienda e contribuire sia alla sua innovazione sia al suo adeguamento organizzativo e tecnologico; Padroneggiare l'uso di strumenti tecnologici con particolare attenzione alla sicurezza nei luoghi di vita e di lavoro, alla tutela della persona, dell'ambiente e del territorio;	. Identificare e applicare le metodologie e le tecniche della gestione per progetti · redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali · individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento; · riconoscere ed interpretare: - le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali anche per coglierne le ripercussioni nel contesto turistico; - i macrofenomeni socio-economici globali in termini generali e specifici dell'impresa turistica · individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica, fiscale con

	Saper interpretare il proprio autonomo ruolo nel lavoro di gruppo; Utilizzare gli strumenti di marketing in differenti casi e contesti; Distinguere e valutare i prodotti e i servizi aziendali, effettuando calcoli di convenienza per individuare soluzioni ottimali.	particolare riferimento a quella del settore turistico · interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi di gestione e flussi informativi · riconoscere le peculiarità organizzative delle imprese turistiche e contribuire a cercare soluzioni funzionali alle diverse tipologie · gestire il sistema delle rilevazioni aziendali con l'ausilio di programmi di contabilità integrata specifici per le aziende del settore turistico · contribuire a realizzare piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di imprese o prodotti turistici. · progettare, documentare e presentare servizi o prodotti turistici. · individuare le caratteristiche del mercato del lavoro e collaborare alla gestione del personale dell'impresa turistica · utilizzare il sistema delle comunicazioni e delle relazioni delle imprese turistiche
--	--	---

COMPETENZA IN USCITA AREA DI INDIRIZZO	ABILITÀ	CONOSCENZE
V TURISTICO	Elaborare prodotti turistici, anche a carattere tematico, e il relativo prezzo con riferimento al territorio ed alle sue caratteristiche. Interpretare le informazioni contenute sui cataloghi. Utilizzare tecniche e strumenti per la programmazione, l'organizzazione, la gestione di eventi e relative attività di sistema. Individuare mission, vision, strategia e pianificazione di casi aziendali dati. Monitorare i processi produttivi e analizzare i dati	Prodotti turistici: a catalogo e a domanda. Il catalogo come strumento di promo-commercializzazione. Tecniche di organizzazione per eventi. Strategia aziendale e pianificazione strategica. Tecniche di controllo e monitoraggio dei processi. Qualità nelle imprese turistiche. Struttura e funzioni del business plan. Reporting ed analisi degli scostamenti. Marketing territoriale e politiche di sviluppo sostenibile dell'Ente

	per ricavarne indici. Utilizzare procedure per lo sviluppo e la gestione del sistema di qualità nelle imprese turistiche. Elaborare business plan. Utilizzare le informazioni per migliorare la pianificazione, lo sviluppo e il controllo dell'impresa turistica. Rielaborare il piano aziendale a seguito del confronto con esperti di settore. Utilizzare strategie di marketing per la promozione del prodotto e dell'immagine turistica del territorio in Italia e all'Estero. Utilizzare strumenti multimediali e nuove tecniche di comunicazione per la promozione dell'immagine turistica del territorio e la commercializzazione del servizio. Elaborare un piano di marketing territoriale in funzione delle politiche economiche e finanziarie poste in essere per la governance del settore. Redigere il curriculum vitae europeo e simulare test e colloqui di selezione, anche in lingua straniera. Realizzare casi aziendali in collaborazione con il territorio.	Pubblico. Strategie di marketing anche elettronico e customer relationship management. Struttura del piano di marketing. Piano di qualificazione e sviluppo dell'offerta. Tecniche di selezione del personale e curriculum europeo. .
--	--	---

CONTENUTI COMUNI SPECIFICI PER INDIRIZZO

CLASSI PRIME

Titolo modulo	Contenuti (unità didattiche)
Calcolo percentuale	PROPORZIONI/PERCENTUALI
Riparti proporzionali	Proporzionalità diretta semplice e composta
Compravendita	DDT e Fattura

CONTENUTI COMUNI SPECIFICI PER INDIRIZZO

CLASSI SECONDE

Titolo modulo	Contenuti (unità didattiche)
Calcoli Finanziari	Interessi/Montante/Sconto
Strumenti di pagamento	Cambiale / Assegni / Carte elettroniche
Gestione aziendale	Il Patrimonio

**CONTENUTI COMUNI SPECIFICI PER INDIRIZZO
CLASSI TERZE AFM/ SIA**

Titolo modulo	Contenuti (unità didattiche)
La Gestione	Patrimonio
	Valori finanziari ed economici
La Gestione	Scritture Contabili
	Modalità di registrazione
La Gestione	Rilevazioni Contabili
	Acquisti e vendite
	Operazioni varie di gestione

**CONTENUTI COMUNI SPECIFICI PER INDIRIZZO
CLASSI TERZE TURISTICO**

Titolo modulo	Contenuti (unità didattiche)
IL TURISMO	Forme di turismo
	La domanda turistica
Offerta turistica	Le strutture Ricettive
	Agenzie di Viaggio e tour operator
Offerta turistica	Agenzie di Viaggio e tour operator
	Trasporti

**CONTENUTI COMUNI SPECIFICI PER INDIRIZZO
CLASSI QUARTE AFM - SIA**

Titolo modulo	Contenuti (unità didattiche)
SCRITTURE DI GESTIONE	Assestamento
	Chiusura dei conti
Le Società	Le snc
Le società	Società di capitali

**CONTENUTI COMUNI SPECIFICI PER INDIRIZZO
CLASSI QUARTE Turistico**

Titolo modulo	Contenuti (unità didattiche)
Sistema contabile	Operazioni di Acquisti e vendite
SCRITTURE DI GESTIONE	Assestamento
	Chiusura dei conti
Il bilancio	Stato patrimoniale e conto Economico

**CONTENUTI COMUNI SPECIFICI PER INDIRIZZO
CLASSI QUINTE AFM SIA**

Titolo modulo	Contenuti (unità didattiche)
Contabilità Generale	Scritture Contabili
Il bilancio	Il bilancio Riclassificazione
	Analisi per indici
Contabilità Industriale	Contabilità Analitico/Gestionale
	Business Plan / Budget

**CONTENUTI COMUNI SPECIFICI PER INDIRIZZO
CLASSI QUINTE Turistico**

Titolo modulo	Contenuti (unità didattiche)
Analisi e controllo dei Costi	Direct Costing/full Costing
	Diagramma di redditività
Prodotti turistici a catalogo	Calcolo del costo di un pacchetto turistico
Pianificazione e Marketing	Business Plan / Budget