

a.s.2017/18



PROGRAMMAZIONE
PER COMPETENZE

MATERIA:
MICROLINGUA
INGLESE - FRANCESE

A.F.M.



Triennio AFM – Classi Quarte - Programma di microlingua
MODULO 1

MODULO 1 Gennaio - Febbraio	<i>CONOSCENZE</i>	<i>COMPETENZE</i>	<i>ABILITA'</i>
IL MIO PROGETTO D'IMPRESA	<ul style="list-style-type: none"> • I bisogni del mercato • La redditività potenziale e reale del progetto • Le società di persone e quelle di capitali • Le procedure burocratiche • I finanziamenti della Comunità Europea per i giovani e le Start-up 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare i mezzi idonei ad uno studio di mercato a livello locale/nazionale ed eventualmente internazionale • Definire il posizionamento competitivo del prodotto sulla base di parametri predefiniti (prezzo, immagine ecc..) • Saper scegliere la forma giuridica adeguata al proprio progetto d'impresa (società di persone/società di capitali) • Attivare tutte le procedure burocratiche necessarie per aprire un'impresa 	<ul style="list-style-type: none"> • Redigere questionari per individuare le reazioni dei consumatori nei confronti di un nuovo prodotto e/o servizio • Saper fare un resoconto sulle motivazioni di acquisto dei potenziali consumatori • Saper scrivere una email aziendale mantenendo un registro linguistico adeguato ed inserendo tutti i dati anagrafici e giuridici indispensabili all'identificazione dell'impresa

Triennio AFM – Classi Quarte - Programma di microlingua
MODULO 2

MODULO 2 Marzo - Aprile	<i>CONOSCENZE</i>	<i>COMPETENZE</i>	<i>ABILITA'</i>
ORGANIZZO LA MIA IMPRESA	<ul style="list-style-type: none"> Le principali strutture gerarchiche tradizionali (struttura piramidale e divisionale) Le principali strutture moderne (struttura policellulare e piramide inversa) Le micro-imprese e le imprese familiari Le Start-up giovanili 	<ul style="list-style-type: none"> Individuare il tipo di struttura aziendale che meglio si adatta alle caratteristiche della propria impresa Prevedere le criticità intrinseche ad ogni tipo di struttura 	<ul style="list-style-type: none"> Saper interpretare un organigramma aziendale Elaborare un organigramma aziendale Scrivere un regolamento interno

**Triennio AFM – Classi Quarte - Programma di microlingua
MODULO 3**

MODULO 3 Maggio - Giugno	<i>CONOSCENZE</i>	<i>COMPETENZE</i>	<i>ABILITA'</i>
FINANZIO LA MIA IMPRESA	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizzo di fondi propri e/o di prestiti bancari • Il ricorso al mercato: far quotare la propria impresa in Borsa, emissione di azioni ed obbligazioni, l'aumento di capitale, riservato agli azionisti, come forma di finanziamento per l'impresa 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare le differenti forme di finanziamento bancario analizzando le proposte presenti sui siti degli Istituti di Credito • Interpretare i diversi annunci pubblicati dalle società di capitali sui giornali economici (assemblea ordinaria/ straordinaria degli azionisti, sottoscrizione di un aumento di capitale ecc..) 	<ul style="list-style-type: none"> • Chiedere informazioni sui finanziamenti offerti alle imprese da parte degli Istituti di Credito • Chiedere/dare informazioni sulla convocazioni dell'assemblea degli azionisti di una spa.

Triennio AFM – Classi Quinte - Programma di microlingua
MODULO 4

MODULO 4 Settembre - Ottobre - Novembre	<i>CONOSCENZE</i>	<i>COMPETENZE</i>	<i>ABILITA'</i>
LANCIO, PROMUOVO E DISTRIBUISCO IL MIO PRODOTTO	<ul style="list-style-type: none"> Le strategie della comunicazione esterna e loro efficacia rispetto ai costi : <ol style="list-style-type: none"> I metodi tradizionali senza supporto mediatico: <ol style="list-style-type: none"> la pubblicità in buca, la lettera personalizzata, i coupons, i volantini i dépliant e i cataloghi I metodi tradizionali con supporto mediatico: <ol style="list-style-type: none"> la radio, la televisione, il cinema, i giornali e le riviste, i manifesti, i siti internet Le nuove strategie comunicative: <ol style="list-style-type: none"> Facebook, Instagram, Pinterest 	<ul style="list-style-type: none"> Individuare la strategia comunicativa più idonea ed efficace per l'impresa in relazione alle risorse economiche disponibili ed agli obbiettivi che si intendono perseguire 	<ul style="list-style-type: none"> Redigere manifesti pubblicitari, lettere personalizzate con coupons, utilizzando tecniche e strategie comunicative idonee Realizzare l'home page di un sito internet aziendale, su supporto cartaceo

LANCIO, PROMUOVO E DISTRIBUISCO IL MIO PRODOTTO

- I principali tipi di manifestazioni commerciali :

1. Le fiere internazionali – loro caratteristiche
2. I saloni professionali – loro caratteristiche

- Il ciclo di vita di un prodotto

- Individuare le manifestazioni commerciali adatte alla propria strategia commerciale (vendita diretta al pubblico/ vendita agli operatori professionali/la strategia multicanale
- Individuare le strategie che posso invogliare il consumatore ad acquistare un prodotto attraverso:
 1. il prezzo (offerta speciale, buono sconto)
 2. l'oggetto (campioni gratuiti, degustazioni)

- Individuare la strategia marketing specifica ad ogni fase del ciclo di vita di un prodotto al fine di una ripartizione differente, per ogni fase, della politica di prezzo, di distribuzione e di comunicazione esterna

- Scrivere emails di invito agli operatori professionali e/o al pubblico finale sulla base di una mailig list
- Scrivere messaggi di tipo promozionale formulandoli in modo adeguato alla strategia comunicativa scelta
- Scrivere esempi di rimborsi e di sconti relativi ad un prodotto per ogni fase del suo ciclo di vita

**LANCIO,
PROMUOVO E
DISTRIBUISCO IL
MIO PRODOTTO**

- Il restyling dei prodotti durevoli

- Le caratteristiche di un prodotto:
il logo, il design, l'imballaggio

- Conoscere i principali circuiti di vendita:
 1. Il circuito corto
 2. Il circuito corto integrato
 3. Il circuito lungo

- Individuare le categorie dei prodotti durevoli passibili di restyling (es. autovetture, borse di lusso)

- Valutare le sinergie fra logo, design ed imballaggio all'interno della strategia di marketing del prodotto

- Individuare i vantaggi e gli svantaggi dei differenti circuiti dal punto di vista dei vari attori (produttore, grossista, dettagliante, consumatore)

- Scrivere un messaggio pubblicitario per un prodotto che ha superato la fase della maturità

- Scrivere una email di richiesta ad un'agenzia pubblicitaria per la creazione del logo aziendale
- Scrivere una email per richiedere un catalogo di packaging adatto ad esaltare le caratteristiche del prodotto

- Scrivere un annuncio pubblicitario/ una email promozionale con cui promuovere i vantaggi del circuito corto

**LANCIO,
PROMUOVO E
DISTRIBUISCO IL
MIO PRODOTTO**

- Conoscere le caratteristiche di un contratto di franchising

- Individuare i vantaggi e gli svantaggi dell'affiliazione ad una rete franchising

- Scrivere una email aziendale in cui si propone un contratto in franchising ad un dettagliante, stabilendone le condizioni di affiliazione

**Triennio AFM – Classi Quinte - Programma di microlingua
MODULO 5**

<u>MODULO 5</u> Gennaio – Febbraio	<i>CONOSCENZE</i>	<i>COMPETENZE</i>	<i>ABILITA'</i>
ASSUMO DEL PERSONALE	<ul style="list-style-type: none"> Le strutture di supporto all'occupazione sul territorio (il centro per l'impiego ecc.) La politica di sostegno all'occupazione a livello regionale, nazionale ed europeo Uso dei media e dei social nella ricerca del personale 	<ul style="list-style-type: none"> Individuare le potenzialità che scaturiscono dalla sinergia fra imprese ed enti territoriali nella ricerca e selezione del personale Sapersi orientare all'interno della legislazione in materia di lavoro a livello nazionale ed europeo Individuare, a seconda del tipo della dimensione dell'impresa, le strategie più idonee per la selezione del personale 	<ul style="list-style-type: none"> Saper analizzare le offerte di lavoro pubblicate su: quotidiani, settimanali locali, social (Linkedin), internet Rispondere ad un annuncio di lavoro con il curriculum vitae Redigere una lettera di motivazione/accompagnamento Prepararsi ad un colloquio di lavoro, anche con Skype, evidenziando i punti di forza e di debolezza circa i propri aspetti caratteriali, la propria preparazione scolastica e professionale

Triennio AFM – Classi Quinte - Programma di microlingua
MODULO 6

MODULO 6 Marzo – Aprile	<i>CONOSCENZE</i>	<i>COMPETENZE</i>	<i>ABILITA'</i>
VENDO ED ESPORTO ALL'ESTERO	<ul style="list-style-type: none"> • L'IVA ed i vari regimi di imposizione all'interno della UE • L'esportazione fuori campo IVA all'interno dei paesi UE • La dogana virtuale ed il modello INTRASTAT • L'esportazione verso i paesi extra UE • Il CARNET ATA e la lista merci • Le principali modalità di pagamento con particolare riferimento alla lettera di credito 	<ul style="list-style-type: none"> • Discriminare i casi di applicazione/non applicazione dell'IVA sui prodotti esportati (vendita B to B, vendita B to C) • Riconoscere le particolarità del commercio online in materia di applicazione dell'IVA • Sapersi orientare all'interno dei regimi doganali dei diversi paesi extra UE ricorrendo agli spedizionieri internazionali • Attivare tutte le procedure necessarie per ricevere i pagamenti dall'estero (uso del POS internazionale, bonifico, lettera di credito) 	<ul style="list-style-type: none"> • Fare una fattura con/senza IVA • Redigere un documento di trasporto • Redigere un CARNET ATA accompagnato da materiale fotografico • Scrivere una email ad un Istituto di Credito per: <ol style="list-style-type: none"> 1) L'emissione di un POS internazionale 2) La redazione di una lettera di credito