



ISTITUTO D'ISTRUZIONE SUPERIORE TECNICA AGRARIA

Mario Rigoni Stern

Bergamo

PROGETTAZIONE ANNUALE PER COMPETENZE
Classe V Economia, estimo, marketing e legislazione PT

Quinto anno

Disciplina: Economia, estimo, marketing e legislazione

Ore settimanali: 3

Modulo 1: ESTIMO GENERALE E RURALE

UDA	Competenze di articolazione	Competenze di materia	Abilità/Capacità	Conoscenze
1. Aspetti economici dei beni e procedimenti di stima	<u>Competenza n. 5</u>	Applicare il giusto aspetto economico in funzione dello scopo della stima Individuare i procedimenti adeguati alla specificità dell'oggetto di stima ed elaborare i giudizi di valore del bene in oggetto	Utilizzare i termini del linguaggio economico-estimativo Giungere al valore ordinario del bene oggetto di stima Distinguere il significato di comodi positivi e negativi, aggiunte e detrazioni Calcolare il valore reale del bene oggetto di stima	Gli aspetti economici dei beni Lo scopo della stima I sei aspetti economici (o criteri di stima dei beni privati) Il metodo e il procedimento di stima (ripasso)
2. Estimo rurale	<u>Competenza n. 5</u>	Elaborare stime di valore di fondi e beni agricoli Motivare le scelte compiute in modo che il giudizio di valore sia ritenuto giusto, equo e pienamente accettabile	Rilevare e descrivere gli elementi di un fondo rustico Applicare i procedimenti sintetici e analitici alla stima dei fondi rustici Applicare i procedimenti alla stima degli altri beni presenti all'interno dei fondi rustici Esprimere giudizi di convenienza riguardanti i miglioramenti fondiari	la stima dei fondi rustici Le caratteristiche che influenzano il valore del fondo rustico Il valore di un fondo con fabbricati insufficienti o eccedenti la stima degli arboreti da frutto la stima delle scorte aziendali

				la stima dei frutti pendenti e delle anticipazioni colturali la stima dei danni la stima dei miglioramenti fondiari
--	--	--	--	---

LIVELLI DI APPRENDIMENTO

Livello di base: Lo studente svolge compiti semplici in situazioni note, mostra di possedere conoscenze e abilità essenziali e sa applicare regole e procedure solo se guidato. In particolare: comprendere i principali aspetti che differenziano stime analitiche e sintetiche, è in grado di formulare un giudizio di valore di una azienda agricola.

Livello intermedio: Lo studente svolge compiti e risolve problemi complessi in situazioni note, compie scelte consapevoli, mostrando di saper utilizzare le conoscenze e le abilità conseguite: è in grado di formulare giudizi di stima su quesiti specifici applicando in modo esaustivo i vari aspetti economici, è in grado di elaborare relazioni di stima, sa individuare la normativa di interesse nella risoluzione di alcuni casi concreti

Livello avanzato: Lo studente svolge compiti e problemi complessi in situazioni anche non note, mostrando padronanza nell'uso delle conoscenze e delle abilità. Sa proporre e sostenere le proprie opinioni e assumere autonomamente decisioni consapevoli: è in grado autonomamente di valorizzare le competenze interdisciplinari necessarie nella risoluzione del quesito di stima e nella relazione di stima, sa individuare i dati in autonomia e interpretare i medesimi al fine di risolvere il quesito di stima.

Modulo 2: ESTIMO LEGALE

UDA	Competenze di articolazione	Competenze di materia	Abilità/Capacità	Conoscenze
1. Normativa di settore	<u>Competenza n. 5</u> <u>Competenza n. 7</u>	Elaborare stime di valore dei diritti avvalendosi della normativa Riconoscere l'importanza delle risorse ambientali e la loro sensibilità ai danni provocati dall'azione dell'uomo	Determinazione delle indennità di esproprio Stimare il valore dei diritti reali Calcolare le indennità relative alle servitù prediali Distinguere i diversi tipi di successione ereditaria	Gli espropri per pubblica utilità Il quadro normativo e l'iter espropriativo Determinazione dell'indennità di esproprio i diritti reali sulla cosa altrui Usufrutto Valore del diritto di usufrutto Valore della nuda proprietà le servitù prediali coattive Servitù di passaggio Servitù di acquedotto e scarico coattivo Servitù di elettrodotto e metanodotto la successione per causa di morte Successione legittima, testamentaria e necessaria La comunione e la divisione ereditaria Conoscere i procedimenti di valutazione di impatto ambientale

LIVELLI DI APPRENDIMENTO

Livello di base: Lo studente svolge compiti semplici in situazioni note, mostra di possedere conoscenze e abilità essenziali e sa applicare regole e procedure solo se guidato. In particolare: comprendere i principali aspetti dell'estimo legale e se guidato impostare la relazione di stima.

Livello intermedio: Lo studente svolge compiti e risolve problemi complessi in situazioni note, compie scelte consapevoli, mostrando di saper utilizzare le conoscenze e le abilità conseguite: è in grado di formulare giudizi di stima su quesiti inerenti l'estimo legale, sa individuare e applicare la normativa di interesse nella risoluzione di alcuni casi concreti.

Livello avanzato: Lo studente svolge compiti e problemi complessi in situazioni anche non note, mostrando padronanza nell'uso delle conoscenze e delle abilità. Sa proporre e sostenere le proprie opinioni e assumere autonomamente decisioni consapevoli: è in grado autonomamente di valorizzare le competenze interdisciplinari necessarie nella risoluzione del quesito inerente l'estimo legale, sa individuare i dati in autonomia e interpretare i medesimi al fine di concludere la relazione di stima..

Modulo 3: SISTEMA AGROALIMENTARE E MARKETING

UDA	Competenze di articolazione	Competenze di materia	Abilità/Capacità	Conoscenze
1. Normativa di settore e marketing	<u>Competenza n. 6</u> <u>Competenza n. 7</u>	Reperire e interpretare la normativa dell'Unione Europea Acquisire la consapevolezza dell'importanza della legislazione europea in ambito agricolo, alimentare e ambientale Elaborare elementari strategie di marketing .	Orientarsi tra le norme comunitarie che regolano il settore agricolo e agroalimentare Distinguere le differenti parti che compongono il premio unico aziendale Comprender l'importanza dell'U E in ambito internazionale Distinguere i canali della distribuzione Descrivere le funzioni delle ricerche di mercato Illustrare gli strumenti di promozione	Unione europea Le tappe fondamentali dell'Unione Europea Le Istituzioni dell'Unione Europea Il diritto dell'U.E. la politica agricola ambientale e di sicurezza alimentare Evoluzione della Politica Agricola Comunitaria La PAC attuale (2015-2020) Unione europea e mercato mondiale L'Unione Europea e il mercato mondiale Organizzazione Mondiale del Commercio OCM il settore agricolo e l'industria agroalimentare Le forme di integrazione orizzontali Le forme di integrazione verticale: il contratto di produzione la distribuzione

				I canali di distribuzione I grossisti e la vendita all'ingrosso La vendita al dettaglio La vendita diretta dei prodotti agricoli il marketing Introduzione e pianificazione Le ricerche di marketing La segmentazione e il posizionamento del prodotto Il marketing mix Benchmarking
--	--	--	--	---

LIVELLI DI APPRENDIMENTO

Livello di base: Lo studente svolge compiti semplici in situazioni note, mostra di possedere conoscenze e abilità essenziali e sa applicare regole e procedure solo se guidato. In particolare comprendere i principali aspetti della normativa in vigore, è in grado di riconoscere le principali strategie di marketing.

Livello intermedio: Lo studente svolge compiti e risolve problemi complessi in situazioni note, compie scelte consapevoli, mostrando di saper utilizzare le conoscenze e le abilità conseguite. In particolare lo studente è in grado di utilizzare gli aspetti principali della normativa di settore e delle principali strategie di marketing.

Livello avanzato: Lo studente svolge compiti e problemi complessi in situazioni anche non note, mostrando padronanza nell'uso delle conoscenze e delle abilità. Sa proporre e sostenere le proprie opinioni e assumere autonomamente decisioni consapevoli. In particolare, lo studente è in grado autonomamente di valorizzare le competenze interdisciplinari per la corretta applicazione delle normative. E' in grado di impostare un'azione di marketing.