



IIS "G. Natta" di Milano

in collaborazione con



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO

DIPARTIMENTO DI ECONOMIA,  
MANAGEMENT E METODI QUANTITATIVI

Presenta

## LICEO LINGUISTICO - POTENZIAMENTO "ECONOMICS, MANAGEMENT AND LAW"

Sezione Francese/Tedesco - PROSPETTO INSEGNAMENTI

	CONTENUTI	CONOSCENZE	COMPETENZE
I ANNO 20 ORE  Lingua utilizzata: Italiano	STRATEGIE COMUNICATIVE: LA COMUNICAZIONE EFFICACE  Natta	I tipi di comunicazione e le strategie.	Le studentesse e gli studenti sanno riconoscere l'efficacia comunicativa funzionale ai contesti e l'importanza della comunicazione formale e non formale.
	INTRODUZIONE ALL'ECONOMIA  DEMM Università degli Studi di Milano	Nozioni di base di: <ul style="list-style-type: none"><li>• microeconomia (funzionamento e forme di mercato, scelte dei consumatori e delle imprese),</li><li>• macroeconomia (moneta, domanda, offerta, prezzi)</li><li>• sistema finanziario (scopo e funzionamento)</li><li>• impianto normativo al cui interno operano le istituzioni e le imprese.</li></ul>	Le studentesse e gli studenti riconoscono gli strumenti di base dell'analisi delle scelte individuali di consumo e produzione, nonché il funzionamento delle forme principali di mercato, comprendono, inoltre, i fattori principali dei sistemi economici. Tramite una serie di esempi in classe ed esercitazioni, studenti e studentesse trasferiscono quanto appreso in chiave teorica all'applicazione pratica a casi studio.

<p>II ANNO 20 ORE</p> <p>Lingua utilizzata: Inglese</p>	<p>LABORATORIO DI COMUNICAZIONE VISUALE</p> <p>Natta</p>	<p>La comunicazione visiva nella formulazione dei messaggi: il linguaggio figurato per supportare, ad esempio, la commercializzazione di un determinato prodotto.</p>	<p>Le studentesse e gli studenti sanno comunicare efficacemente un messaggio grazie alla selezione di contenuti e di immagini di alta qualità.</p>
	<p>FONDAMENTI DI MICRO E MACROECONOMIA</p> <p>DEMM</p> <p>Università degli Studi di Milano</p>	<p>Nozioni progredite di: microeconomia (concorrenza perfetta, monopolio, oligopolio, fallimento del mercato, asimmetrie informative) e macroeconomia (politica economica e intervento dello Stato, dinamiche internazionali, con particolare riguardo alle grandezze economiche aggregate, i.e. pil, occupazione, indici), di matematica applicata all'economia (calcolo probabilità, statistica descrittiva), e diritto dell'economia.</p>	<p>Le studentesse e gli studenti comprendono il funzionamento delle grandezze macroeconomiche e degli strumenti di politica economica e identificano il ruolo e l'impatto della politica fiscale, della politica monetaria relativamente agli obiettivi di crescita economica e di contenimento della dinamica dei prezzi. Riconoscono il funzionamento della concorrenza e delle regole che disciplinano i mercati, e i concetti e gli strumenti quantitativi basilari per l'analisi economica.</p>

<p>III ANNO 30 ORE</p> <p>Lingua utilizzata: Inglese</p>	<p>IMPRESA SIMULATA</p> <p>Natta</p>	<p>Attività laboratoriale volta a creare un'azienda virtuale: attraverso il problem solving, il learning by doing, il cooperative learning ed il role playing, si costituisce un valido strumento per l'acquisizione di competenze spendibili nel mercato del lavoro.</p>	<p>Le studentesse e gli studenti, con l'impresa formativa simulata acquisiscono spirito di iniziativa e di imprenditorialità con gli strumenti cognitivi di base in campo economico e finanziario.</p>
	<p>ECONOMIA AZIENDALE, MANAGEMENT E MARKETING</p> <p>DEMM</p> <p>Università degli Studi di Milano</p>	<p>Visione unitaria della struttura e del funzionamento delle aziende e delle loro relazioni con l'ambiente attraverso i concetti e linguaggio di base (anche in riferimento alle altre classi di istituti: le famiglie, lo Stato, le organizzazioni non profit). Visione innovativa dell'impresa come motore di sviluppo economico e sociale e come insieme delle decisioni strategiche e operative in cui l'azione manageriale si sostanzia. Principi e strumenti del marketing per una gestione del processo sociale di scambio tra impresa e mercato.</p>	<p>Le studentesse e gli studenti utilizzano i concetti di base e il linguaggio dell'economia aziendale; distinguono i ruoli complementari e dinamici giocati dalle imprese (produzione), dalle famiglie (consumi), dallo Stato e dagli istituti non profit nei sistemi economici moderni; valutano l'ambiente e l'economicità delle aziende in tutti i loro aspetti; comprendono e analizzano le opportunità e i rischi nelle diverse aree gestionali dell'impresa, sviluppando capacità di proporre e comparare strategie e soluzioni operative alternative che consentano alle imprese di ottenere e mantenere un vantaggio competitivo sostenibile; identificano le strategie di marketing utilizzando i principali concetti (posizionamento, targeting, innovazione); comprendono gli strumenti di analisi della domanda (ricerche sui comportamenti di consumo, mappe percettive); riconoscono i nessi causali tra valore per il cliente, customer satisfaction, ampiezza e qualità delle relazioni di mercato e valore di impresa.</p>

<p>IV ANNO 30 ORE</p> <p>Lingua utilizzata: Inglese</p>	<p>INTERNATIONAL HUMAN RIGHTS</p> <p>Natta</p>	<p>I diritti umani: tra passato e presente.</p>	<p>Le studentesse e gli studenti apprendono il percorso che dal '700 ha condotto alla formulazione attuale del concetto di Diritti umani.</p>
	<p>FINANZA ED ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI</p> <p>DEMM Università degli Studi di Milano</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concetti di base del finanziamento delle imprese, dello Stato e delle altre organizzazioni.</li> <li>• Ruolo delle banche e dei mercati borsistici e degli altri strumenti (fondi, capital venture, ppp).</li> <li>• Regolazione dei mercati finanziari e del credito.</li> <li>• Elementi di matematica finanziaria. Elementi di educazione finanziaria (conto corrente, mezzi di pagamento, sovraindebitamento).</li> </ul>	<p>Le studentesse e gli studenti riconoscono le caratteristiche tecniche e i profili economici-giuridici di strumenti di mercato monetario, azioni, obbligazioni e derivati. Identificano le specificità di business, bilancio e regolamentazione di intermediari finanziari quali banche, Sgr, private equity e venture capital. Acquisiscono poi dimestichezza con tutti gli elementi necessari per gestire il proprio budget e fare scelte finanziarie legate alla vita quotidiana.</p>
<p>V ANNO 20 ORE</p> <p>Lingua utilizzata: Inglese</p>	<p>APPLICATIONS: STUDIARE E LAVORARE ALL'ESTERO</p> <p>Natta</p>	<p>Conoscere l'offerta e imparare a valutare.</p>	<p>Matching nello studio e nel lavoro: Il placement che collega la domanda con le competenze acquisite.</p>
	<p>MODELLI DI CRESCITA NELL'ETÀ DELLA GLOBALIZZAZIONE E DELLA DISEGUAGLIANZA</p> <p>DEMM Università degli Studi di Milano</p>	<p>Cinematica dei fatti economici dalla prima industrializzazione all'emergere dello sviluppo sostenibile. Dinamica della seconda globalizzazione e della ESG, green economy e crescita solidale.</p>	<p>Le studentesse e gli individuano i tornanti critici nei percorsi di evoluzione dei sistemi economici regionali/nazionali/internazionali; comprendono e valutano, attraverso un approccio comparativo, il ruolo delle istituzioni nel condizionare e determinare l'evoluzione, i caratteri e le dinamiche dei diversi sistemi economici e finanziari; argomentano lungo l'asse spazio-temporale l'importanza delle istituzioni, delle innovazioni, dei mercati, dello Stato e dell'imprenditorialità per la crescita economica; comprendono i fattori determinanti della disuguaglianza economica e sociale, e sviluppano una certa padronanza dei nuovi paradigmi economici di sostenibilità.</p>