



agraria agroalimentare agroindustria | chimica, materiali e biotecnologie | costruzioni, ambiente e territorio | sistema moda | servizi sociosanitari | corso operatore del benessere | agenzia formativa Regione Toscana P10626 – ISO9001

www.e-santoni.edu.it

e-mail: piis003007@istruzione.it

PEC: piis003007@pec.istruzione.it

ATTIVITA' DIDATTICA SVOLTA A.S. 2018/19

CLASSE 5D

Disciplina: ECONOMIA, ESTIMO, MARKETING E LEGISLAZIONE

Docenti: PROF.SSA FRANCESCA GAMBASSI, PROF. ALESSANDRO MARINO

Libri di Testo: CORSO DI ECONOMIA, ESTIMO, MARKETING E

LEGISLAZIONE volume 2 Aut. AMICABILE – Ed. HOEPLI

Argomenti svolti durante il corso

Elementi di matematica finanziaria (Ottobre-Novembre)

- Interesse semplice e composto
- Annualità costanti

<u>I principi dell'estimo</u> (Novembre-Dicembre)

- Gli aspetti economici di stima: valore di mercato, valore di costo, valore di trasformazione, valore complementare, valore di surrogazione, valore di capitalizzazione
- Il metodo di stima: la comparazione, il principio dell'ordinarietà, correzioni del valore ordinario
- Procedimenti per la stima del valore di mercato
- Procedimenti per la stima del valore di costo

L'attività professionale del perito (Dicembre)

- Il contesto estimativo
- Processo civile e arbitrato
- Esecuzioni immobiliari
- La relazione di stima
- Il catasto dei terreni

Metodi e procedimenti di valutazione (Gennaio-Marzo)

• Procedimenti sintetici e analitici.

- Stima dei fondi rustici: descrizione del fondo, caratteristiche che possono influenzare maggiormente il valore, criteri di stima
- Stima delle scorte (vive e morte).
- Stima degli arboreti.
- Stima di frutti pendenti e anticipazioni colturali.

Stime di diritti e servizi (Aprile-Maggio)

- Stima dei danni.
- Espropriazioni per pubblica utilità.
- Stima dei diritti reali.
- Successioni ereditarie.

Standard internazionali di valutazione (Maggio)

- Principi di stima secondo gli IVS.
- Stima di un fondo secondo il MCA (cenni)

Il marketing dei prodotti agricoli e alimentari (Giugno)

- Il marketing agroalimentare, elementi di marketing territoriale.
- La ricerca e l'analisi di mercato e relative strategie.
- Il benchmarking.

(CENNI)

Obiettivi minimi

- Conoscere i principali procedimenti di valutazione, metodologie di stima di fondi, scorte, arboreti, prodotti in corso di maturazione, danni, espropriazioni per causa di pubblica utilità, diritti reali e successioni ereditarie
- Individuare gli aspetti economici necessari alla valutazione di beni, diritti e servizi

Pisa, 30 Maggio 2019

I docenti Gli alunni

Prof.ssa Francesca Gambassi

Prof. Alessandro Marino