

ATTIVITA' SVOLTA A.S. 2022/23

Docenti: Eleonora Rovini - Renato Sciutti		
Disciplina insegnata: Estimo, Economia e Marketing		
Libro/i di testo in uso: NUOVO CORSO DI ECONOMIA, ESTIMO, MARKETING E LEGISLAZIONE 2. Per gli Istituti Tecnici indirizzo Agraria, Agroalimentare e Agroindustria, AMICABILE STEFANO - HOEPLI		
Classe e Sez . 5 ^A D	Indirizzo di studio Agraria, agroalimentare e agroindustria	N. studenti 11

Conoscenze (sapere)	Abilità (saper fare)	Competenze (essere in grado di)
<p>UdA 1 - Principi dell'estimo, estimo rurale e estimo ambientale</p> <p>Principi dell'estimo: principio di ordinarità, aspetti economici, procedimenti sintetici e analitici, stima del valore ordinario</p> <p>Stima fondi rustici: procedimento sintetico e analitico, con correzioni del valore ordinario.</p> <p>Stima degli arboreti: valore terra nuda, valore in un anno intermedio (metodo dei redditi passati, metodo dei redditi futuri, metodo del ciclo fittizio), valore del soprassuolo.</p> <p>Stima delle scorte: bestiame e macchine (coefficiente di vetustà), prodotti di scorta Stima danni ambientali e espropri.</p>	<p>Saper individuare gli aspetti economici necessari alla valutazione di beni, diritti e servizi.</p> <p>Saper svolgere quesiti di stima e valutazione costi e benefici.</p>	<p>Essere in grado di scegliere il procedimento più appropriato per risolvere un quesito estimativo e applicarlo con una sequenza logica.</p> <p>Ricerca dati economici e tecnici per risolvere un quesito estimativo.</p> <p>Redigere una relazione di stima usando termini e forma appropriati</p>

Valutazione beni ambientali: metodi diretti e indiretti (metodo costi di viaggio, valore d'uso) Valutazioni di impatto ambientale (VIA) Analisi costi-benefici (VAN)		
UdA 2 - Marketing agroalimentare e territoriale Concetti base del marketing, il processo di marketing e la strategia di marketing. Marketing agroalimentare e cenni sul marketing territoriale	Conoscere il processo di marketing e saper elaborare a livello teorico una strategia di marketing, sia su prodotti agroalimentari che sul territorio.	Essere in grado di riconoscere le fasi principali dell'attività di marketing effettuata su prodotti agricoli e alimentari, oltre che sul territorio.
Educazione civica PAC – Politica Agricola Comunitaria: la sua evoluzione e gli obiettivi strategici della nuova PAC 2023-2027	Conoscere l'evoluzione storica negli obiettivi e nei principi della Politica agricola Comunitaria.	Essere in grado di identificare le terminologie e la struttura della PAC.

Pisa 01/06/2023

I docenti:
Eleonora Rovini, Renato Sciutti

Gli studenti:

OBIETTIVI MINIMI A.S. 2022/2023

Docenti: Eleonora Rovini - Renato Sciutti		
Disciplina insegnata: Estimo, Economia e Marketing		
Libro/i di testo in uso: NUOVO CORSO DI ECONOMIA, ESTIMO, MARKETING E LEGISLAZIONE 2. Per gli Istituti Tecnici indirizzo Agraria, Agroalimentare e Agroindustria, AMICABILE STEFANO - HOEPLI		
Classe e Sez . 5 [^] D	Indirizzo di studio Agraria, agroalimentare e agroindustria	N. studenti 11

Il raggiungimento degli obiettivi indicati costituisce il livello necessario per il recupero delle materie che nello scrutinio finale sono risultate insufficienti.

Conoscenze (sapere)	Abilità (saper fare)
Principi dell'estimo: principio di ordinarietà, aspetti economici, procedimenti sintetici e analitici, stima del valore ordinario Stima fondi rustici: procedimento sintetico e analitico, con correzioni del valore ordinario. Stima degli arboreti: valore terra nuda, valore in un anno intermedio (metodo dei redditi passati, metodo dei redditi futuri, metodo del ciclo fittizio), valore del soprassuolo. Valutazione beni ambientali: metodi diretti e indiretti (metodo costi di viaggio, valore d'uso)	Saper individuare il procedimento più appropriato per risolvere un quesito estimativo Redigere una relazione di stima usando termini e forma appropriati