

Materia: Tecniche professionali dei Servizi Commerciali - Economia Aziendale.
Docente: Montserrat PALUMMO
Classe 3PSE A.S. 2022/2023
Libro di testo: P. Boni, P. Ghigini, C. Robecchi, C. Trivellato "MASTER 5 in economia aziendale" Ed. Mondadori

OBIETTIVI DICCIPLINARI

- Conoscere i contenuti fondamentali degli argomenti trattati durante l'anno.
- Capire i concetti basilari relativi al programma svolto e sapere utilizzare correttamente le relative tecniche risolutive dei problemi aziendali.
- Utilizzare il linguaggio e i metodi propri della disciplina

NUCLEI FONDANTI:

- 1) Il bilancio d'esercizio secondo il codice civile (ripasso)
 - a. Composizione e funzione
 - b. Le scritture di assestamento:

- 2) La riclassificazione del bilancio
 - a. Analisi di bilancio: definizione e obiettivo
 - b. Riclassificazione dello Stato patrimoniale e del Conto economico(a valore aggiunto e a costo del venduto)
 - c. Indici della struttura patrimoniale e indici di redditività (ROI, ROE, ROS)
 - d. Effetto Leva
 - e. Analisi per flussi del Capitale Circolante Netto
 - f. Il rendiconto finanziario: definizione, utilità e formazione

- 3) Parte fiscale: IRPEF e IRES
 - a. I tributi: imposte, tasse e contributi
 - b. Definizione di IRPEF, IRES e IRAP
 - c. Il calcolo del reddito fiscale: TUIR e le riprese positive e negative
 - d. La valutazione di alcuni elementi dal pdv fiscale: magazzino, ammortamenti, crediti commerciali, costi di manutenzione, le plusvalenze, i compensi agli amministratori
 - e. I concetti di imposte anticipate e differite

- 4) La contabilità analitica
 - a. La contabilità analitica: definizione e differenze con COGE
 - b. le varie classificazione di costi
 - c. le configurazioni di costi: dal costo primo al costo economico-tecnico
 - d. Le metodologie di ripartizione dei costi indiretti
 - e. Break Even Point
 - f. La contabilità a costi pieni (full costing) e a costi diretti (direct costing)
 - g. Le decisioni di convenienza economica

- 5) La pianificazione strategica
 - a. Il concetto di strategia: mission, vision, obiettivi di lungo periodo
 - b. La pianificazione strategica : dal piano al programma
 - c. Le strategie implementabili: vantaggio competitivo, ASA, matrice BCG, strategie di gruppo

- 6) Il sistema di programmazione e controllo di gestione
 - a. Controllo di gestione: definizione, tipologie e fasi del controllo di gestione
 - b. I centri di responsabilità
 - c. Il budget: definizione, funzione, tipologie e formazione
 - d. L'analisi degli scostamenti: definizione, calcolo e cause
 - e. Il sistema di reporting
 - f. I costi standard: ideali, attesi e normali

- 7) Business plan e business idea
 - a. Definizione e funzione
 - b. Le fasi del processo di creazione della BUSINESS IDEA
 - c. La costruzione del business plan: parte DESCRITTIVA e parte QUALITATIVA

- 8) Politiche di mercato e piani di Marketing
 - a. Il piano di marketing
 - b. Gli elementi del marketing mix
 - c. Il budget delle vendite (cenni)

STRUMENTI DI DIDATTICA UTILIZZATI

Libro di testo, dispense fornite dal docente

METODI DI INSEGNAMENTO UTILIZZATI

Lezioni frontali, brain storming, dibattito guidato sulle tematiche approfondite sotto la guida del docente

STRUMENTI DI VERIFICA

Sono state periodicamente effettuate verifiche formative e sommative. Agli studenti sono state proposte verifiche orali, prove semi-strutturate, casi con esercizi. Le verifiche orali sono state occasione anche per un approfondimento attraverso interventi e domande degli alunni sugli argomenti svolti.

VALUTAZIONE DEGLI APPRENDIMENTI

La valutazione finale tiene conto sia del grado di acquisizione dei contenuti, sia dell'impegno e dell'interesse dimostrato, della partecipazione e della frequenza e infine della progressione nell'apprendimento.