

I.S.I.S. "L. EINAUDI- A. CECCHERELLI" PIOMBINO (LI)

Disciplina ECONOMIA AZIENDALE

A. S. 2019/20

Docente: Filomena Tanzillo

Classe V A SIA

Libro di testo: Astolfi Barale & Ricci ENTRIAMO IN AZIENDA OGGI 3 tomo 1 e 2 Tramontana

MODULO	COMPETENZE	CONOSCENZE	ABILITÀ	RISORSE	TEMPI (h)
Modulo 1 tomo 1 Comunicazione e economico finanziaria e socio ambientale	Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali. Individuare e accedere alla normativa civilistica e fiscale con particolare riferimento alle attività aziendali. Utilizzare i sistemi informativi aziendali e gli strumenti di comunicazione integrata d'impresa per realizzare attività comunicative con riferimento a differenti contesti. Analizzare e produrre i documenti relativi alla rendicontazione sociale e ambientale, alla luce dei criteri sulla responsabilità sociale d'impresa	Comunicazione economico finanziaria. Obiettivi, regole e strumenti della contabilità generale. Sistema informativo di bilancio. Normativa civilistica sul bilancio. Principi contabili nazionali (OIC). Bilancio IAS/IFRS. Revisione legale dei conti. Rielaborazione dello Stato patrimoniale e del Conto economico. Analisi della redditività e della produttività. Analisi della struttura patrimoniale. Analisi finanziaria (indici e flussi finanziari) Rendiconto finanziario. Analisi del bilancio socio-ambientale.	Individuare le finalità della comunicazione economico finanziaria Rilevare in P.D le operazioni di gestione e di assestamento. Individuare i documenti del sistema informativo di bilancio. Distinguere le tipologie di bilancio previste dal codice civile (bilancio in forma ordinaria, in forma abbreviata, delle micro-imprese). Applicare i principi di redazione e i criteri di valutazione civilistici. Redigere e interpretare i documenti del bilancio civilistico. Riconoscere la funzione dei principi contabili. Individuare le funzioni del bilancio IAS/IFRS e i documenti che lo compongono. Analizzare e interpretare i giudizi sul bilancio formulati dall'organo di revisione legale. Rielaborare lo Stato patrimoniale e il Conto economico. Calcolare e commentare gli indicatori di redditività, produttività,	Libro di testo. Codice civile. Articoli tratti da riviste e quotidiani. Casi aziendali. LIM Laboratorio. Contenuti digitali.	100

			<p>patrimoniali e finanziari.</p> <p>Redigere il Rendiconto finanziario delle variazioni del PCN e il Rendiconto finanziario delle variazioni delle disponibilità liquide.</p> <p>Analizzare e interpretare le informazioni dei rendiconti sociali e ambientali.</p>		
<p>Modulo 2 Tomo 1</p> <p>Il reddito fiscale dell'impresa</p>	<p>Individuare e accedere alla normativa fiscale con particolare riferimento alle attività aziendali.</p>	<p>Imposte dirette che gravano sull'impresa IRAP.</p> <p>Reddito fiscale d'impresa.</p> <p>Principi tributari di deducibilità dei costi.</p> <p>Deducibilità dei costi inerenti alle immobilizzazioni.</p> <p>Trattamento fiscale dei canoni di leasing.</p> <p>Svalutazione dei crediti.</p> <p>Deducibilità degli interessi passivi.</p> <p>Valutazione fiscale delle rimanenze.</p> <p>Trattamento fiscale delle plusvalenze</p> <p>Trattamento fiscale dei dividendi su partecipazioni.</p> <p>Determinazione dell'imponibile e liquidazione delle imposte sul reddito.</p> <p>Dichiarazioni fiscali e versamento delle imposte.</p>	<p>Individuare le imposte dirette che gravano sull'impresa.</p> <p>Determinare la base imponibile e calcolare l'IRAP.</p> <p>Distinguere i concetti di reddito di bilancio e reddito fiscale.</p> <p>Individuare i principi tributari di deducibilità dei costi.</p> <p>Applicare la normativa tributaria relativa a ammortamenti, costi di manutenzione e riparazione, leasing, perdite su crediti, svalutazione dei crediti, interessi passivi fiscalmente deducibili, rimanenze di magazzino, plusvalenze, dividendi.</p> <p>Determinare la base imponibile IRES.</p> <p>Determinare l'IRES e l'IRAP corrente e il saldo da versare.</p>	<p>Libro di testo.</p> <p>Codice fiscale.</p> <p>Testo unico delle imposte sui redditi (TUIR)</p> <p>Articoli tratti da riviste e quotidiani.</p> <p>Casi aziendali.</p> <p>LIM</p> <p>Laboratorio.</p> <p>Contenuti digitali.</p>	21
<p>Modulo 1 Tomo 2</p> <p>Contabilità gestionale</p>	<p>Applicare i principi e gli strumenti della programmazione e del controllo di</p>	<p>Sistema informativo direzionale e contabilità gestionale.</p>	<p>Individuare le funzioni del sistema informativo direzionale.</p> <p>Individuare le funzioni e</p>	<p>Libro di testo.</p> <p>Articoli tratti da riviste e quotidiani.</p>	38

	<p>gestione, analizzandone i risultati.</p> <p>Utilizzare i sistemi informativi aziendali e gli strumenti di comunicazione integrata d'impresa, per realizzare attività comunicative con riferimento a differenti contesti.</p>	<p>Scopi della contabilità gestionale.</p> <p>Classificazione dei costi.</p> <p>Contabilità a costi diretti (<i>direct costing</i>).</p> <p>Contabilità a costi pieni (<i>full costing</i>).</p> <p>Centri di costo.</p> <p>Metodo ABC (<i>Activity Based Costing</i>).</p> <p>Contabilità gestionale a supporto delle decisioni aziendali.</p> <p>Accettazione di nuovi ordini.</p> <p>Mix di prodotti da realizzare.</p> <p>Scelta del prodotto da eliminare.</p> <p><i>Make or buy</i>.</p> <p><i>Break even analysis</i>.</p> <p>Efficacia ed efficienza aziendale.</p>	<p>gli strumenti della contabilità gestionale. Identificare l'oggetto di misurazione dei costi e dei ricavi.</p> <p>Classificare i costi aziendali secondo criteri diversi.</p> <p>Individuare le caratteristiche e le finalità delle differenti metodologie di calcolo dei costi.</p> <p>Calcolare i margini di contribuzione.</p> <p>Applicare i diversi metodi di imputazione dei costi all'oggetto di calcolo.</p> <p>Calcolare le configurazioni di costo.</p> <p>Calcolare il costo del prodotto imputando i costi indiretti su base unica e su base multipla aziendale.</p> <p>Distinguere i diversi tipi di centro di costo.</p> <p>Calcolare il costo del prodotto attraverso l'utilizzo dei centri di costo.</p> <p>Calcolare il costo del prodotto con il metodo ABC.</p> <p>Individuare le decisioni aziendali supportate dalla contabilità gestionale.</p> <p>Calcolare il costo suppletivo.</p> <p>Individuare il prodotto da eliminare.</p> <p>Scegliere i prodotti da realizzare in presenza di un fattore produttivo</p>	<p>Casi aziendali.</p> <p>LIM Laboratorio.</p> <p>Contenuti digitali.</p>	
--	---	---	---	---	--

			<p>scarso.</p> <p>Risolvere problemi di scelta <i>make or buy</i>. Individuare gli obiettivi della <i>break even analysis</i>.</p> <p>Calcolare e rappresentare il punto di equilibrio.</p> <p>Analizzare gli effetti delle variazioni dei costi e dei ricavi sulla redditività</p> <p>Individuare le differenze tra efficacia ed efficienza aziendale.</p> <p>Calcolare il rendimento e la produttività dei fattori produttivi.</p>		
<p>Modulo 2 Tomo 2</p> <p>Strategie, pianificazione e programmazione aziendale</p>	<p>Applicare i principi e gli strumenti della programmazione e del controllo di gestione, analizzandone i risultati.</p> <p>Inquadrare l'attività di marketing nel ciclo di vita dell'azienda e realizzare applicazioni con riferimento a specifici contesti e diverse politiche di mercato.</p> <p>Utilizzare i sistemi informativi aziendali e gli strumenti di comunicazione integrata d'impresa, per realizzare attività comunicative con riferimento a differenti contesti.</p>	<p>Strategie aziendali.</p> <p>Strategie di Corporate.</p> <p>Strategie di business</p> <p>Strategie funzionali.</p> <p>Pianificazione strategica.</p> <p>Analisi dell'ambiente esterno ed interno.</p> <p>Analisi SWOT.</p> <p>Controllo di gestione.</p> <p>Budget.</p> <p>Costi standard.</p> <p>Budget settoriali.</p> <p>Budget degli investimenti fissi.</p> <p>Budget economico</p> <p>Budget finanziario.</p> <p>Controllo budgetario.</p>	<p>Individuare gli elementi costitutivi di una strategia aziendale.</p> <p>Riconoscere le caratteristiche delle strategie di corporate, di business e funzionali.</p> <p>Distinguere le strategie di sviluppo dalle strategie di contrazione. Riconoscere e classificare le aree strategiche di affari (ASA)</p> <p>Individuare gli elementi che definiscono le strategie di marketing, finanziarie e della funzione produzione Individuare le fasi del processo di pianificazione strategica.</p> <p>Riconoscere i punti di forza e di debolezza dell'impresa.</p> <p>Riconoscere le opportunità e le minacce provenienti dall'ambiente esterno Interpretare i risultati</p>	<p>Libro di testo.</p> <p>Articoli tratti da riviste e quotidiani.</p> <p>Casi aziendali.</p> <p>LIM</p> <p>Laboratorio.</p> <p>Contenuti digitali.</p>	52

		<p>Analisi degli scostamenti di costo e di ricavo.</p> <p>Reporting.</p> <p>Piani aziendali.</p> <p><i>Business plan.</i></p> <p><i>Marketing plan.</i></p>	<p>dell'analisi SWOT.</p> <p>Analizzare casi aziendali esprimendo proprie valutazioni sulle strategie adottate dalle imprese.</p> <p>Individuare gli scopi e gli strumenti del controllo di gestione.</p> <p>Individuare le funzioni e gli elementi del budget.</p> <p>Identificare le tipologie di costo standard.</p> <p>Redigere i budget settoriali.</p> <p>Redigere il budget degli investimenti fissi.</p> <p>Redigere il budget economico.</p> <p>Redigere il budget di tesoreria.</p> <p>Individuare le fasi del controllo budgetario.</p> <p>Calcolare gli scostamenti tra dati effettivi e dati standard o programmati.</p> <p>Analizzare le cause che determinano gli scostamenti di costo e di ricavo e ipotizzare eventuali azioni correttive.</p> <p>Redigere e interpretare un report.</p> <p>Distinguere le differenti tipologie di <i>business plan.</i></p> <p>Individuare gli obiettivi del <i>business plan</i> Redigere un <i>business plan</i> in situazioni operative semplificate.</p> <p>Individuare gli obiettivi</p>		
--	--	---	---	--	--

			del <i>marketing plan</i> . Redigere un <i>marketing plan</i> in situazioni operative semplificate.		
Modulo 3 Tomo 2 imprese bancarie : prodotti e servizi per le imprese	Orientarsi nel mercato dei prodotti assicurativi-finanziari anche per collaborare nella ricerca di soluzioni economicamente vantaggiose. Individuare e accedere alla normativa civilistica e fiscale. Utilizzare i sistemi informativi aziendali e gli strumenti di comunicazione integrata d'impresa, per realizzare attività comunicative con riferimento a differenti contesti	Fabbisogno finanziario e ciclo monetario. Finanziamenti bancari delle imprese. Fido bancario. Apertura di credito. Costi del finanziamento in c/c. Sconto di cambiali. Portafoglio salvo buon fine (s.b.f.). Anticipo su fatture. Factoring. Anticipazioni garantite. Mutui ipotecari. Leasing. Forfaiting. Finanziamenti in pool. <i>Venture capital</i> <i>Private equity</i> <i>Merchant banking</i> <i>Mezzanine financing</i> Cartolarizzazione dei crediti	Analizzare il fabbisogno finanziario delle imprese e collegarlo alle fonti di finanziamento. Analizzare le fasi dell'istruttoria di fido. Analizzare le caratteristiche giuridiche e tecniche dell'apertura di credito. Compilare la documentazione relativa all' apertura di credito in conto corrente. Analizzare le caratteristiche giuridiche e tecniche delle operazioni di smobilizzo dei crediti commerciali. Compilare il prospetto di determinazione del netto ricavo e determinare il tasso effettivo di sconto. Compilare il Conto anticipo su Ri.Ba. s.b.f. Compilare il Conto anticipo fatture. Confrontare il contratto di factoring con le altre operazioni di smobilizzo dei crediti commerciali. Analizzare le caratteristiche giuridiche e tecniche di anticipazioni garantite, mutui ipotecari, leasing, forfaiting, finanziamenti in pool, <i>venture capital</i> , <i>private equity</i> , <i>merchant banking</i> ,	Libro di testo. Codice civile. Testo unico bancario (TUB) Articoli tratti da riviste e quotidiani. Casi aziendali LIM Laboratorio. Contenuti digitali.	20

			<i>mezzanine financing</i> cartolarizzazione dei crediti.		
--	--	--	---	--	--