



## **ISTITUTO DI ISTRUZIONE SUPERIORE STATALE "ENRICO DE NICOLA"**

**SEDE CENTRALE** Via G. Parini, 10/C - 35028 - Piove di Sacco (PD) Tel. 049-5841692; 049-5841969; 049-9703995

CF e PI: 80024700280 - Codice Meccanografico: PDIS02100V - Codice Univoco Ufficio: UFS6EP Mail: pdis02100v@istruzione.it Pec: pdis02100v@pec.istruzione.it

**SEDE STACCATA** Via Ortazzi, 11 - 35028 - Piove di Sacco (PD) Tel. 049-5841129

### **INDIRIZZI DI STUDIO**

Istituto Tecnico Economico: AFM, SIA, Turismo - Istituto Tecnico Tecnologico: CAT Istituto Professionale: Servizi per l'Agricoltura, Servizi per la sanità e l'assistenza sociale



# PROGRAMMA SVOLTO

<b>CLASSE</b>	<b>5<sup>^</sup> AEM</b>
<b>INDIRIZZO</b>	<b>Amministrazione Finanza Marketing</b>
<b>ANNO SCOLASTICO</b>	<b>2018 - 2019</b>
<b>DISCIPLINA</b>	<b>ECONOMIA AZIENDALE</b>
<b>DOCENTE</b>	<b>Prof. Fontana Gianni</b>

## PROGRAMMA SVOLTO NELLA CLASSE 5 AEM

**Libro di testo adottato: Azienda 2.0 passo passo L. Sorrentino G. Siciliano A. Erri Paramond**

**Altri materiali utilizzati:** *(Lim, materiale predisposto dal docente )*

COMPETENZE SVILUPPATE	NUCLEI TEMATICI FONDAMENTALI	CONTENUTI
<p><b>COMPETENZA</b> Riconoscere e interpretare i macro-fenomeni economici e i cambiamenti che hanno inciso sulle strategie e l'organizzazione dell'impresa industriale</p>	<p>I cambiamenti nella struttura organizzativa e operativa dell'azienda per effetto dell'evoluzione, nella dimensione diacronica (attraverso il confronto fra epoche storiche) e nella dimensione sincronica (attraverso il confronto fra aree geografiche e culture diverse) dei sistemi economici locali, nazionali e globali</p>	<p>Lineamenti della moderna impresa industriale  <small>35</small>  <small>17</small> Che cosa s'intende per impresa industriale  <small>35</small>  <small>17</small> Il processo di fabbricazione  <small>35</small>  <small>17</small> L'articolazione del sistema produttivo  <small>35</small>  <small>17</small> Le principali classificazioni  <small>35</small>  <small>17</small> I grandi cambiamenti economici  <small>35</small>  <small>17</small> La globalizzazione  <small>35</small>  <small>17</small> L'orientamento al cliente e all'innovazione  <small>35</small>  <small>17</small> La soddisfazione del cliente</p>
<p><b>COMPETENZA</b> Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali</p>	<p>Il mercato del lavoro e la gestione del personale</p>	<p>Il personale</p>
<p><b>COMPETENZA</b> Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali</p>	<p>I sistemi informativi aziendali e gli strumenti di comunicazione integrata d'impresa</p>	<p>Il sistema informativo contabile  <small>35</small>  <small>17</small> Informazioni e sistema informativo aziendale  <small>35</small>  <small>17</small> Il sistema informativo contabile</p>
<p><b>COMPETENZA</b> Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica e fiscale, con particolare riferimento alle attività aziendali Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali Utilizzare i sistemi informativi aziendali e gli strumenti di</p>	<p>La gestione del sistema delle rilevazioni aziendali: dai documenti al sistema del bilancio</p>	<p>La contabilità generale  <small>35</small>  <small>17</small> Caratteri della contabilità generale  <small>35</small>  <small>17</small> L'acquisizione delle immobilizzazioni materiali  <small>35</small>  <small>17</small> La dismissione delle immobilizzazioni tecniche  <small>35</small>  <small>17</small> Le immobilizzazioni immateriali  <small>35</small>  <small>17</small> I contributi pubblici  <small>35</small>  <small>17</small> Le scritture di assestamento  <small>35</small>  <small>17</small> Le scritture di completamento  <small>35</small>  <small>17</small> Le scritture di integrazione  <small>35</small>  <small>17</small> Le scritture di rettifica  <small>35</small>  <small>17</small> Le scritture di ammortamento</p>

<p>comunicazione integrata d'impresa per realizzare attività comunicative in relazione a differenti contesti</p>		<p>Il bilancio d'esercizio e la sua riclassificazione</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><sup>35</sup>/<sub>17</sub> Finalità del bilancio d'esercizio</li> <li><sup>35</sup>/<sub>17</sub> i principi di redazione del bilancio</li> <li><sup>35</sup>/<sub>17</sub> Il sistema informativo di bilancio</li> <li><sup>35</sup>/<sub>17</sub> La revisione legale dei conti</li> <li><sup>35</sup>/<sub>17</sub> Lo Stato Patrimoniale riclassificato</li> <li><sup>35</sup>/<sub>17</sub> I margini finanziari</li> <li><sup>35</sup>/<sub>17</sub> Il conto economico riclassificato</li> </ul>
<p><b>COMPETENZA</b>  Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi e flussi informativi nei diversi tipi di imprese  Utilizzare i sistemi informativi aziendali e gli strumenti di comunicazione integrata d'impresa per realizzare attività comunicative in relazione a differenti contesti  Individuare e accedere alla normativa pubblicitaria, civilistica e fiscale, con particolare riferimento alle attività aziendali</p>	<p>I sistemi aziendali nei loro modelli, processi e flussi informativi con riferimento alle differenti tipologie di imprese</p>	<p>L'analisi di bilancio per indici</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><sup>35</sup>/<sub>17</sub> analizzare i bilanci per capire lo stato e la salute dell'azienda</li> <li><sup>35</sup>/<sub>17</sub> L'analisi della redditività</li> <li><sup>35</sup>/<sub>17</sub> L'analisi della struttura patrimoniale</li> <li><sup>35</sup>/<sub>17</sub> L'analisi finanziaria</li> <li><sup>35</sup>/<sub>17</sub> L'analisi della produttività</li> <li><sup>35</sup>/<sub>17</sub> Il coordinamento degli indici</li> </ul> <p>L'analisi di bilancio per flussi</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><sup>35</sup>/<sub>17</sub> Il rendiconto finanziario</li> <li><sup>35</sup>/<sub>17</sub> La struttura del rendiconto finanziario</li> <li><sup>35</sup>/<sub>17</sub> Il flusso finanziario della gestione reddituale</li> <li><sup>35</sup>/<sub>17</sub> I flussi di investimento e dell'attività di finanziamento</li> <li><sup>35</sup>/<sub>17</sub> L'interpretazione del Rendiconto finanziario</li> </ul>
<p><b>COMPETENZA</b>  • Individuare e accedere alla normativa pubblicitaria, civilistica e fiscale, con particolare riferimento alle attività aziendali  • Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali con l'ausilio di programmi di contabilità integrata</p>	<p>La gestione del sistema delle rilevazioni aziendali: dai documenti al sistema di bilancio  La normativa civilistica e fiscale</p>	<p>la fiscalità d'impresa</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><sup>35</sup>/<sub>17</sub> Le entrate tributarie</li> <li><sup>35</sup>/<sub>17</sub> Il reddito di impresa</li> <li><sup>35</sup>/<sub>17</sub> Dal reddito di bilancio al reddito fiscale d'impresa</li> <li><sup>35</sup>/<sub>17</sub> I componenti positivi del reddito d'impresa</li> <li><sup>35</sup>/<sub>17</sub> La valutazione delle rimanenze di magazzino</li> <li><sup>35</sup>/<sub>17</sub> La svalutazione dei crediti, le perdite su crediti</li> <li><sup>35</sup>/<sub>17</sub> Altre variazioni al reddito d'esercizio</li> <li><sup>35</sup>/<sub>17</sub> L'IRPEF</li> <li><sup>35</sup>/<sub>17</sub> L'IRES</li> <li><sup>35</sup>/<sub>17</sub> L'IRAP</li> <li><sup>35</sup>/<sub>17</sub> La dichiarazione dei redditi e la liquidazione delle imposte</li> </ul>

<p><b>COMPETENZA</b>  <b>ANALIZZARE E INTERPRETARE LE STRATEGIE</b>  <b>ADOTTATE DALLE IMPRESE</b>  <b>Applicare i principi e gli strumenti della programmazione e del controllo di gestione, analizzandone i risultati</b>  <b>Saper impiegare correttamente i costi nelle scelte di gestione</b>  <b>Analizzare e interpretare le strategie adottate dalle imprese</b></p>	<p>I principi e gli strumenti per la definizione delle strategie, per l'elaborazione della programmazione, per l'esecuzione del controllo di gestione, per l'analisi dei risultati</p>	<p><b>La Gestione strategica e pianificazione</b></p> <p>35 17 Che cos'è la strategia  35 17 La gestione strategica  35 17 L'analisi strategica  35 17 L'ambiente esterno  35 17 L'analisi interna: l'azienda  35 17 La scelta delle strategie  35 17 La pianificazione strategica  35 17 Il business plan</p> <p><b>I costi nelle imprese industriali</b></p> <p>35 17 I costi e le ragioni delle classificazioni  35 17 Le voci elementari di costo  35 17 Costi diretti e indiretti  35 17 Costi fissi e costi variabili  35 17 La relazione costi-vendite -risultati e il punto di pareggio  35 17 Le configurazioni di costo  35 17 Costi consuntivi, preventivi e standard</p> <p><b>La contabilità analitica</b></p> <p>35 17 Che cos'è la contabilità analitica  35 17 Calcolo del costo di prodotto su base unica e base multipla  35 17 I centri di costo  35 17 Il processo di elaborazione dei costi  35 17 Sistemi di contabilità analitica  35 17 Il processo di elaborazione dei costi consuntivi  35 17 La contabilità per commessa  35 17 La contabilità per processo  35 17 La contabilità per lotto  35 17 La contabilità a costi stimati  35 17 La contabilità a costi standard  35 17 La contabilità a costi variabili e diretti  35 17 La contabilità ABC</p> <p><b>Il controllo di gestione e il budget</b></p> <p>35 17 Dalla pianificazione strategica al controllo di gestione</p>
--	--	--

		<sup>35</sup> <sub>17</sub> Il processo e gli strumenti del controllo di gestione <sup>35</sup> <sub>17</sub> Il budget <sup>35</sup> <sub>17</sub> I budget settoriali o di funzione o operativi <sup>35</sup> <sub>17</sub> Il budget finanziario <sup>35</sup> <sub>17</sub> Il budget patrimoniale  <sup>35</sup> <sub>17</sub> L'analisi degli scostamenti e il reporting <sup>35</sup> <sub>17</sub> L'analisi degli scostamenti dal budget <sup>35</sup> <sub>17</sub> L'analisi degli scostamenti della MOD <sup>35</sup> <sub>17</sub> L'analisi degli scostamenti dei materiali diretti <sup>35</sup> <sub>17</sub> Il sistema di reporting
<b>COMPETENZA</b> inquadrare l'attività di marketing nel ciclo di vita dell'azienda e realizzare applicazioni con riferimenti a specifici contesti e diverse politiche di mercato	L'attività di marketing nel ciclo di vita dell'azienda	Il piano di marketing  <sup>35</sup> <sub>17</sub> Il piano di marketing: parte strutturale e descrittiva <sup>35</sup> <sub>17</sub> Il piano di marketing: parte quantitativa
<b>COMPETENZA</b> Orientarsi nel mercato dei prodotti assicurativo-finanziari, anche per collaborare nella ricerca di soluzioni economicamente vantaggiose	I prodotti assicurativo-finanziari a supporto dell'attività aziendale	Prodotti bancari a breve termine per le imprese  <sup>35</sup> <sub>17</sub> Il ruolo delle banche nel sistema finanziario <sup>35</sup> <sub>17</sub> Il fido bancario <sup>35</sup> <sub>17</sub> L'istruttoria di fido <sup>35</sup> <sub>17</sub> L'apertura di credito <sup>35</sup> <sub>17</sub> Il portafoglio s.b.f. <sup>35</sup> <sub>17</sub> Lo smobilizzo dei crediti commerciali  Prodotti bancari di medio lungo termine per le imprese  <sup>35</sup> <sub>17</sub> I prodotti di finanziamento a medio-lungo termine: il mutuo ipotecario <sup>35</sup> <sub>17</sub> Gli elementi di costo del mutuo <sup>35</sup> <sub>17</sub> la garanzia reale <sup>35</sup> <sub>17</sub> Il leasing finanziario
<b>COMPETENZA</b> Analizzare e produrre i documenti relativi alla rendicontazione sociale	La rendicontazione sociale e ambientale	Il bilancio sociale e ambientale  <sup>35</sup> <sub>17</sub> La rendicontazione socio-ambientale <sup>35</sup> <sub>17</sub> Il bilancio di sostenibilità

ambientale, alla luce dei criteri sulla responsabilità sociale dell'impresa		
--	--	--

Piove di Sacco, 07-06-2019...

Il Docente GIANNI FONTANA \_\_\_\_\_

I rappresentanti degli studenti

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_



