

## PROGRAMMA SVOLTO CLASSI 5<sup>^</sup>

<b>CLASSE</b>	5 AEI
<b>INDIRIZZO</b>	AFM/SIA
<b>ANNO SCOLASTICO</b>	2022 - 2023
<b>DISCIPLINA</b>	Economia aziendale
<b>DOCENTE</b>	Prof.ssa Fano Margherita
<b>DOCENTE ITP</b>	Prof. Perrone Mattia

## PROGRAMMA SVOLTO NELLA CLASSE 5 AEI

**Libro di testo adottato: Master 5 in economia aziendale- Boni, Ghigini, Robecchi “Scuola&Azienda” - MONDADORI**

**Altri materiali utilizzati:** testi, contributi multimediali, materiale predisposto dal docente, ecc.

COMPETENZE SVILUPPATE	NUCLEI TEMATICI FONDAMENTALI	CONTENUTI
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi e flussi informativi nei diversi tipi di imprese</li> <li>• Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali con l'ausilio di programmi di contabilità integrata</li> <li>• Individuare e accedere alla normativa pubblicitaria, civilistica e fiscale, con particolare riferimento alle attività aziendali</li> </ul>	<p><b>UNITA' A</b> ASPETTI ECONOMICO-AZIENDALI DELLE IMPRESE INDUSTRIALI</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lezione 1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7 – 8 solo le scritture di rettifica e la rilevazione in p.d. delle rimanenze di magazzino in sede di scritture di assestamento – 9 – 10</li> <li>- Lezione 11 pag. 56 – 57 definizione, differenza tra fondo e flusso, tra costi e ricavi monetari e non monetari, calcolo del flusso di liquidità della gestione reddituale con il metodo indiretto e semplificato – osservazioni – schema pag. 59 – esercizio di pag. 59 e relativa applicazione del flusso di liquidità della gestione reddituale con il metodo indiretto e semplificato.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi e flussi informativi nei diversi tipi di imprese</li> <li>• Utilizzare i sistemi informativi aziendali e gli strumenti di comunicazione integrata d'impresa per realizzare attività comunicative in relazione a differenti contesti</li> <li>• Individuare e accedere alla normativa pubblicitaria, civilistica e fiscale, con particolare riferimento alle attività aziendali</li> </ul>	<p><b>UNITA' B</b> LE ANALISI DI BILANCIO PER INDICI E PER FLUSSI</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lezione 1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 (fino a pag. 125 – tranne 120 e 121 anche in laboratorio con creazione dei grafici)</li> <li>- Lezione 7 definizione di effetto leva e semplici applicazioni, scomposizione del ROE e del ROI</li> <li>- Lezione 9 pag. 142 – pag. 143 sono stati analizzati solo gli esempi relativamente alle variazioni finanziarie e non finanziarie, patrimoniali e reddituali;</li> <li>- Lezione 10 pag. 144 solo la riclassificazione del c/economico finanziario – ripresi i concetti di costi e ricavi monetari e non monetari</li> <li>- Lezione 11 pag. 156 riclassificazione finanziaria del conto economico</li> <li>– Lezione 12 pag. 162 Il rendiconto finanziario delle variazioni di liquidità – concetto di cash flow – pag. 161 modello di rendiconto schema semplificato</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica e fiscale, con particolare riferimento alle attività aziendali</li> <li>• Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali con l'ausilio di programmi di contabilità integrata</li> </ul>	<p><b>UNITA' C</b> LE IMPOSTE SUL REDDITO D'IMPRESA (educazione civica)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lezione 1</li> <li>- Lezione 2 solo il caso delle plusvalenze, relativamente alla vendita e alla permuta, da cessione cespiti ammortizzabili a titolo oneroso – tassazione – variazione – imposta differita – es. pag. 193 (solo cessione macchina operatrice)</li> <li>- Lezione 4 solo pag. 198 (escluso il funzionamento del LIFO a scatti e non è stato svolto nessun esercizio)</li> <li>- Lezione 5 ammortamento delle immobilizzazioni materiali (piano di ammortamento, il valore ammortizzabile, la variazione fiscale); solo ammortamento ordinario pag. 202</li> <li>- Lezione 6 le manutenzioni e le riparazioni pag. 207 – esercitazione proposta dal testo</li> <li>- Lezione 7 svalutazione fiscale dei crediti commerciali (solo la variazione fiscale calcolata tra la svalutazione in bilancio e la svalutazione fiscalmente ammessa, per il semplice calcolo della variazione ai fini del reddito fiscale)</li> <li>- Lezione 10 differenza tra reddito fiscale e reddito imponibile; calcolo dell'IRES lorda e netta per le società di capitali esercizio pag. 216; articolo in p.d. compresi gli acconti da versare n+1 e collocazione dell'imposta nel c/economico pag. 237; esercitazione pag. 216</li> <li>- Lezione 11 L'IRAP e la sua determinazione, calcolo dell'IRAP; articolo in p.d. compresi gli acconti da versare n+1 e collocazione dell'imposta nel c/economico; esercizio pag. 232</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Applicare i principi e gli strumenti della programmazione e del controllo di gestione, analizzandone i risultati</li> <li>• Utilizzare i sistemi informativi aziendali e gli strumenti di comunicazione integrata d'impresa per realizzare attività comunicative in relazione a differenti contesti</li> </ul>	<p><b>UNITA' D</b> LA PIANIFICAZIONE STRATEGICA E IL SISTEMA DI PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO DELLA GESTIONE</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lezione 1 (esclusi rendimento fattori produttivi) – 2 – 3 pag. 258 – 259 solo riparto dei costi su base unica e base multipla aziendale – esercitazione pag. 264</li> <li>- Lezione 4 pag. 266 full costing, concetto di imputazione dei costi, e solo il calcolo dei costi per commessa – esercitazione di pag. 270</li> <li>- Lezione 5 la contabilità a costi variabili o direct costing (escluso il confronto tra FC e DC pag. 275 – 276 – 277)</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lezione 6 l'activity based costing (ABC)</li> <li>- Lezione 8 i costi nelle decisioni aziendali (in collegamento allo studio della matematica)</li> <li>- Lezione 9 pag. 290 solo il procedimento matematico</li> <li>- Lezione 10 pag. 294 la gestione strategica d'impresa, i concetti di vantaggio competitivo e pianificazione strategica</li> <li>- Lezione 11 pag. 296 buona lettura</li> <li>- Lezione 12 pag. 303 la realizzazione delle strategie e il budget annuale</li> <li>- Lezione 15 pag. 316 concetti teorici di controllo di gestione, sistema di reporting</li> <li>- Lezione 16 pag. 320</li> <li>- Lezione 17 pag. 322 redazione del budget delle vendite, delle scorte di prodotti finiti, della produzione di consumo di materie prime, scorte di materie prime, approvvigionamento di materie prime, dei costi diretti di materia prima e mano d'opera diretta (costo primo) fino a pag. 326; sequenza logica dei b. dei costi generali di produzione, commerciali, amministrativi e generali (solo teorico) – Budget rimanenze di magazzino e b. del risultato operativo esempio verifica di pag. 331</li> <li>- Lezione 18 pag. 332 sequenza logica dei b. degli investimenti (solo teorico) e finanziario (solo teorico) – esempio verifica di pag. 337</li> <li>- Lezione 19 pag. 338 b. generale d'esercizio – esempio verifica di pag. 343</li> <li>- Lezione 20 pag. 344 il controllo b. e sistema di reporting solo definizione, esempio di pag. 347 – esempio verifica di pag. 347</li> <li>- Lezione 21 pag. 348</li> <li>- Lezione 22 pag. 352</li> <li>- Lezione 23 pag. 354 il business plan: parte descrittiva</li> <li>- Lezione 24 pag. 356 il business plan: il piano economico – finanziario - Il caso guidato pag. 362</li> </ul>
--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Riconoscere e interpretare le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali per cogliere le ripercussioni in un dato contesto</li> <li>• Inquadrare l'attività di marketing nel ciclo di vita dell'azienda e realizzare applicazioni con riferimento a specifici contesti e a diverse politiche di mercato</li> <li>• Utilizzare i sistemi informativi aziendali e gli strumenti di comunicazione integrata d'impresa per realizzare attività comunicative con riferimento a differenti contesti</li> </ul>	<p><b>UNITA' E</b> POLITICHE DI MERCATO E PIANI DI MARKETING</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lezione 1 pag. 394 - 395 la definizione di Marketing e di piano di marketing, marketing mix e gli elementi del marketing mix; il sistema informativo di marketing pag. 396 e le ricerche di mercato;</li> <li>- Lezione 2 pag. 396 Il prodotto e il ciclo di vita</li> <li>- Lezione 3 pag. 406 l'analisi economica – reddituale nel marketing</li> <li>- Lezione 4</li> </ul> <p>Caso guidato pag. 408</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Riconoscere e interpretare le tendenze dei mercati finanziari nazionali e internazionali</li> <li>• Orientarsi nei mercati dei prodotti assicurativo - finanziari, anche per collaborare alla ricerca di soluzioni economicamente vantaggiose</li> <li>• Utilizzare i sistemi informativi aziendali e gli strumenti di comunicazione integrata di impresa per realizzare attività comunicative con riferimento a differenti contesti</li> </ul>	<p><b>UNITA' F:</b> L'UTILIZZO DI STRUMENTI FINANZIARI IN PROSPETTIVA STRATEGICA</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lezione 1 pag. 440 il fabbisogno finanziario, il capitale proprio e capitale di terzi</li> <li>- L'utilizzo di strumenti finanziari in prospettiva strategica: esempio di private e ed equity pag. 448</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilizzare i sistemi informativi aziendali e gli strumenti di comunicazione integrata dell'impresa per realizzare attività comunicative con riferimento a differenti contesti</li> </ul>	<p><b>UNITA' G</b> RESPONSABILITA' SOCIALE D'IMPRESA E RENDICONTAZIONE SOCIALE E AMBIENTALE (educazione civica)</p>	<p>Introduzione concetto di RSA e Bilancio socio – ambientale</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lezione 1 pag. 470 La RSI</li> <li>- Lezione 2 pag. 474 comunicare la RSA</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizzare e produrre documenti relativi alla rendicontazione sociale e ambientale dell'impresa</li> </ul>		<p>- Lezione 3 pag. 478 Il bilancio sociale, i diversi stakeholder, il calcolo della ripartizione del valore aggiunto, concetto di mission e vision e collegamento a pag. 296</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### Laboratorio di Economia Aziendale – Argomenti svolti

- Stato Patrimoniale e relativa riclassificazione
- Calcolo e rappresentazione grafica della destinazione del valore aggiunto
- Calcolo e rappresentazione grafica dell'incidenza dei costi operativi sull'ammontare dei ricavi di vendita
- Rappresentazione grafica comparativa tra le annualità N e N-1 delle componenti dello Stato Patrimoniale riclassificato
- Redazione del prospetto comparato di riparto del valore economico generato e relativa rappresentazione grafica
- Sistema informativo aziendale: dalla contabilità generale alla contabilità industriale
- Rappresentazione grafica comparativa della composizione dei ricavi di vendita
- Produzione di report tabellari e grafici con il foglio elettronico
- Strategie aziendali
- Redazione del rendiconto finanziario in via previsionale
- Calcolo dell'IRAP e valutazione fiscale delle rimanenze
- Analisi ed elaborazione di tabelle pivot nel foglio elettronico
- Cenni allo standard XBRL
- Analisi di un caso aziendale "Friendz: l'innovazione del Digital Marketing"
- [Software utilizzati: Microsoft Excel/Fogli Google, Microsoft PowerPoint/Presentazioni Google]
- "Le aziende storiche tra passato e presente" ricerca-lavoro di gruppo

Le competenze specifiche della disciplina ECONOMIA AZIENDALE sono così declinate:

**COMPETENZA** Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi e flussi informativi nei diversi tipi di imprese

**COMPETENZA** Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali con l'ausilio di programmi di contabilità integrata

**COMPETENZA** Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica e fiscale, con particolare riferimento alle attività aziendali

**COMPETENZA** Utilizzare i sistemi informativi aziendali e gli strumenti di comunicazione integrata d'impresa per realizzare attività comunicative in relazione a differenti contesti

**COMPETENZA** Applicare i principi e gli strumenti della programmazione e del controllo di gestione, analizzandone i risultati

**COMPETENZA** Riconoscere e interpretare le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali per cogliere le ripercussioni in un dato contesto

**COMPETENZA** Inquadrare l'attività di marketing nel ciclo di vita dell'azienda e realizzare applicazioni con riferimento a specifici contesti e a diverse politiche di mercato

**COMPETENZA** Orientarsi nei mercati dei prodotti finanziari, anche per collaborare alla ricerca di soluzioni economicamente vantaggiose  
**COMPETENZA** Analizzare e produrre documenti relativi alla rendicontazione sociale e ambientale dell'impresa

<b>OBIETTIVI SPECIFICI DI APPRENDIMENTO RELATIVI ALLA DISCIPLINA "EDUCAZIONE CIVICA"</b>		
<b>COMPETENZE SVILUPPATE</b>	<b>ARGOMENTI SVOLTI</b>	<b>CONTENUTI E MATERIALI ANALIZZATI</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica e fiscale, con particolare riferimento alle attività aziendali</li> <li>- Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali con l'ausilio di programmi di contabilità integrata</li> <li>- <b>Competenze chiave europee</b> (3 – 4 – 5 – 6 – 7)</li> </ul>	<p><b>Nucleo Tematico COSTITUZIONE art 53 – Educazione alla legalità</b></p> <p><b>Modulo C LE IMPOSTE SUL REDDITO D'IMPRESA</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Il sistema tributario italiano (tassa – imposta – contributo)</li> <li>1. Art. 53 – 2 – 3 – 23 – 32 della Costituzione</li> <li>2. solidarietà come valore costituzionale</li> <li>3. principio di legalità</li> <li>4. legalità fiscale</li> <li>5. criteri di progressività dell'imposta</li> <li>6. applicazione del TUIR al reddito d'impresa</li> <li>7. maturare una coscienza collettiva che faccia</li> <li>8. evasione fiscale – obiettivo 16 agenda 2030</li> <li>9. riconoscere l'importanza di un sistema fiscale giusto ed equo capace di redistribuire la ricchezza e che fornisca alla collettività i servizi di cui necessita</li> <li>10. lavoro di gruppo: l'economia criminale</li> </ol>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Utilizzare i sistemi informativi aziendali e gli strumenti di comunicazione integrata dell'impresa per realizzare attività comunicative con riferimento a differenti contesti</li> <li>- Analizzare e produrre documenti relativi alla rendicontazione sociale e ambientale dell'impresa</li> </ul>	<p><b>Nucleo Tematico Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile</b></p> <p><b>Modulo G</b></p> <p>RESPONSABILITA' SOCIALE D'IMPRESA E RENDICONTAZIONE SOCIALE E AMBIENTALE</p>	<p>“L'impresa socialmente responsabile e lo sviluppo economico”</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. gli stakeholder e la responsabilità sociale d'impresa</li> <li>2. lo sviluppo sostenibile</li> <li>3. gli strumenti comunicativi dell'impresa: il bilancio d'esercizio - il bilancio socio-ambientale</li> <li>4. economia circolare e agenda 2030</li> <li>5. analisi di un bilancio sociale (lavori di gruppo)</li> <li>6. Art. 9 – 41 Costituzione aggiornamento</li> </ol>

**Conoscenze**

La responsabilità sociale e ambientale dell'impresa - Il concetto di sostenibilità dell'attività d'impresa - gli strumenti comunicativi dell'impresa: il bilancio d'esercizio e il bilancio socio-ambientale - economia circolare e agenda 2030

Il sistema tributario italiano - Art. 53 della Costituzione - comprendere i danni provocati dall'evasione fiscale e la gravità dei reati commessi con il mancato pagamento delle imposte dovute - i pagamenti elettronici contro l'evasione fiscale

**Abilità**

Leggere e interpretare casi concreti di bilanci di sostenibilità - Confrontare i bilanci sociali e ambientali di alcune imprese e commentarne le caratteristiche e i contenuti – redigere un bilancio sociale nella ripartizione del valore aggiunto

Applicazione del TUIR al reddito d'impresa - (reddito fiscale)

Piove di Sacco, 31/05/2023

La Docente prof.ssa Margherita Fano

Il docente ITP prof. Mattia Perrone

I rappresentanti degli studenti

I rappresentanti degli studenti

Mattia Bernardini \_\_\_\_\_

Silvia Penazzo \_\_\_\_\_