

PROGRAMMA SVOLTO

CLASSE	4 [^] AEM
INDIRIZZO	Economico AFM
ANNO SCOLASTICO	2018/19
DISCIPLINA	Economia Aziendale
DOCENTE	MARCELLAN Massimo

PROGRAMMA SVOLTO NELLA CLASSE 4^A AEM

Libro di testo adottato: "AZIENDA PASSO PASSO 2.0 vol.2"-Lidia Sorrentino - Ed. Paramond

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

COMPETENZE SVILUPPATE	MODULI/UNITÀ	CONTENUTI
<ul style="list-style-type: none"> • Individuare e accedere alla normativa civilistica e fiscale con particolare riferimento alle attività aziendali • Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali • Utilizzare i sistemi informativi aziendali per realizzare attività comunicative • Analizzare e produrre i documenti relativi alla rendicontazione sociale e ambientale, alla luce dei criteri sulla responsabilità sociale d'impresa 	<p>LE SOCIETÀ' DI PERSONE E DI CAPITALI</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Caratteristiche delle Società di persone • Conferimenti • Destinazione dell'utile e ripianamento delle perdite • Finanziamenti dei soci • Caratteristiche delle società di capitali • Organi sociali • Aspetti contabili della costituzione, destinazione dell'utile e copertura delle perdite • Emissione e gestione dei prestiti obbligazionari
<ul style="list-style-type: none"> • Individuare e accedere alla normativa civilistica e fiscale con particolare riferimento alle attività aziendali • Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali • Utilizzare i sistemi informativi aziendali per realizzare attività comunicative • Analizzare e produrre i documenti relativi alla rendicontazione sociale e ambientale, alla luce dei criteri sulla responsabilità sociale d'impresa 	<p>IL BILANCIO D'ESERCIZIO</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Funzioni del bilancio d'esercizio • Normativa civilistica sul bilancio d'esercizio • Parti e allegati del bilancio • Struttura forma, contenuto dello stato Patrimoniale e del Conto Economico • Contenuto della nota integrativa • Schemi di bilancio in forma abbreviata • Iter di formazione e approvazione del progetto di bilancio • Concetto di responsabilità sociale d'impresa • Rendicontazione socio-ambientale • Forme di aggregazione aziendale • Controllo societario e tipologie di partecipazioni
<ul style="list-style-type: none"> • Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica e fiscale con particolare riferimento alle attività aziendali. • Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi e flussi informativi con riferimento alle differenti tipologie di imprese. • Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali 	<p>LA GESTIONE DEI BENI STRUMENTALI</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Classificazione delle immobilizzazioni • Concetto di bene strumentale • Modalità di acquisizione dei beni strumentali • Operazioni relative all'utilizzo dei beni strumentali • Dismissione dei beni strumentali

<ul style="list-style-type: none"> • Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica e fiscale con particolare riferimento alle attività aziendali. • Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi e flussi informativi con riferimento alle differenti tipologie di imprese. • Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali 	LA GESTIONE DEL MAGAZZINO	<ul style="list-style-type: none"> • Definizione e funzioni della logistica aziendale; • La funzione delle scorte; • L'organizzazione fisica e tecnica del magazzino • I principi di gestione delle scorte • I principali criteri di valorizzazione delle giacenze di magazzino
<ul style="list-style-type: none"> • Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi e flussi informativi con riferimento alle differenti tipologie di imprese 	IL FABBISOGNO FINANZIARIO E LA SCELTA DEGLI INVESTIMENTI	<ul style="list-style-type: none"> • Concetto di fabbisogno finanziario • Caratteri e forme tecniche delle fonti di finanziamento • Compiti della funzione Finanza • Concetto di struttura finanziaria • Definizione di investimento • Elementi per la valutazione dei progetti di investimento
<ul style="list-style-type: none"> • Orientarsi nel mercato dei prodotti assicurativi-finanziari, anche per collaborare nella ricerca di soluzioni economicamente vantaggiose 	I MERCATI FINANZIARI	<ul style="list-style-type: none"> • Funzioni e componenti del Sistema Finanziario • Concetti di avanzo e disavanzo finanziario e di scambio finanziario • Classificazione degli strumenti finanziari • Titoli di debito • Titoli di capitale • Fondi comuni di investimento • Struttura e caratteristiche dei mercati finanziari • Definizione e caratteristiche della Borsa Valori • Quotazione dei titoli • Rendimenti di titoli obbligazionari e azionari • Aspetti fiscali della negoziazione di titoli • Concetti di valuta e tassi di cambio • Tecniche di quotazione dei cambi: certo per incerto e incerto per certo • Concetti di denaro e lettera relativi al prezzo delle valute • Operazioni di cambio manuale
<ul style="list-style-type: none"> • Orientarsi nel mercato dei prodotti assicurativi-finanziari, anche per collaborare nella ricerca di soluzioni economicamente vantaggiose • Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi e flussi informativi con riferimento alle differenti tipologie di imprese. • Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica e fiscale con particolare riferimento alle attività aziendali. 	LE AZIENDA BANCARIE	<ul style="list-style-type: none"> • Nozione di banca • Funzioni svolte dalle banche • Gestione bancaria e sue caratteristiche • Rischi connessi all'attività bancaria • Regolamentazione normativa dell'attività bancaria e autorità di vigilanza • Sistema Europeo delle Banche Centrali e BCE • Raccolta bancaria • Conto corrente di corrispondenza • Estratto conto e riassunto scalare

		<ul style="list-style-type: none"> • Depositi a risparmio e libretto di risparmio • Prestiti bancari e politica dei prestiti • servizi di pagamento cash management e custodia
<ul style="list-style-type: none"> • Individuare le caratteristiche del mercato del lavoro e collaborare alla gestione delle risorse umane. • Individuare e accedere alla normativa pubblicitaria, civilistica e fiscale con particolare riferimento alle attività aziendali. • Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali 	LA GESTIONE DELLE RISORSE UMANE	<ul style="list-style-type: none"> • Compiti della funzione del personale • Reclutamento e selezione del personale • Struttura del curriculum vitae europeo • Formazione del personale e sistemi di pianificazione delle carriere • Tipologie di rapporti di lavoro • Norme che regolano il rapporto di lavoro subordinato • Nuovi orientamenti del mercato del lavoro • Forme contrattuali e altre iniziative per favorire l'occupazione giovanile • Struttura del sistema previdenziale pubblico • Principali adempimenti imposti dalla legislazione sociale delle aziende che hanno dipendenti • Forme di retribuzione • Elementi della retribuzione • Rapporti dell'azienda con l' INPS e l' INAIL • Criteri per il calcolo delle ritenute previdenziali e delle ritenute fiscali • Procedimento di compilazione della busta paga • Meccanismo per il calcolo del TFR • elementi del costo del lavoro
<ul style="list-style-type: none"> • Inquadrare l'attività di marketing nel ciclo di vita dell'azienda e realizzare applicazioni con riferimento a specifici contesti e diverse politiche di mercato 	IL MARKETING DELLE VENDITE	<ul style="list-style-type: none"> • Concetto di marketing e filosofia di approccio • Fasi del rapporto azienda/mercato • comportamento di acquisto del consumatore • Tipologie di ricerca di mercato • Attività proprie del marketing strategico • fasi e strategie connesse all'attività di segmentazione • fasi e strategie connesse all'attività di positioning • Marketing mix e sue componenti • Concetto di prodotto e suoi attributi • Principali politiche di prodotto: gamma, linea, marca, marchio, confezione, etichetta, servizi • Modello del ciclo di vita del prodotto • Principali decisioni relative alle politiche di prezzo • Soggetti, relazioni, obiettivi e strategie della comunicazione di marketing • Mix della comunicazione: pubblicità, promozioni vendite, vendita personale, pubbliche relazioni

- | | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none">• Distribuzione commerciale• Politica del canale di vendita• Strutturazione interna della rete di vendita• Rapporti tra aziende industriali e distribuzione• Strutture commerciali all'ingrosso e al dettaglio |
|--|--|

Piove di Sacco, 8/giugno/2019

Il Docente _____

I rappresentanti degli studenti

