



**ISTITUTO DI ISTRUZIONE SUPERIORE
NICOLA MORESCHI
PROGRAMMAZIONE DIDATTICA ANNUALE**



Materia: Economia aziendale

classi: quinte Sistemi Informativi

A.S. 2019/2020

Risultati di apprendimento (linee guida Riforma Gelmini)

- analizzare la realtà e i fatti concreti della vita quotidiana ed elaborare generalizzazioni che aiutino a spiegare i comportamenti individuali e collettivi in chiave economica;
- riconoscere la varietà e lo sviluppo storico delle forme economiche, sociali e istituzionali attraverso le categorie di sintesi fornite dall'economia e dal diritto;
- riconoscere l'interdipendenza tra fenomeni economici, sociali, istituzionali, culturali e la loro dimensione locale/globale;
- intervenire nei sistemi aziendali con riferimento a previsione, organizzazione, conduzione e controllo di gestione;
- riconoscere gli strumenti di marketing in differenti casi e contesti;
- distinguere e valutare i prodotti e i servizi aziendali, effettuando calcoli di convenienza per individuare soluzioni ottimali;
- agire nel sistema informativo dell'azienda

Risultati in termini di competenze:

1. Riconoscere:

- le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali anche per coglierne le ripercussioni in un dato contesto;
- i macrofenomeni economici nazionali e internazionali per connetterli alla specificità di un'azienda;
- i cambiamenti dei sistemi economici attraverso il confronto fra aree geografiche e culture diverse.

2. Individuare ed accedere alla normativa pubblicitaria, civilistica e fiscale con particolare riferimento alle attività aziendali.

3. Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi e flussi informativi con riferimento alle differenti tipologie di imprese.

4. Riconoscere i diversi modelli organizzativi aziendali

5. Individuare le caratteristiche del mercato del lavoro.

6. Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali

7. Riconoscere i principi e gli strumenti della programmazione e del controllo di gestione, analizzandone i risultati.

8. Inquadrare l'attività di marketing nel ciclo di vita dell'azienda con riferimento a specifici contesti e diverse politiche di mercato.

9. Conoscere il mercato dei prodotti assicurativo-finanziari.

10. Utilizzare i sistemi informativi aziendali e gli strumenti di comunicazione integrata d'impresa, per realizzare attività comunicative con riferimento a differenti contesti.

11. Analizzare e produrre i documenti relativi alla rendicontazione sociale e ambientale, alla luce dei criteri sulla responsabilità sociale d'impresa.

Unità	Competenze	Conoscenze	Abilità	Tempi (ore)
MODULO 1 COMUNICAZIONE ECONOMICO FINANZIARIA E SOCIO-AMBIENTALE				
1. Contabilità generale	Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali. Individuare e accedere alla normativa civilistica con particolare riferimento alle attività aziendali. Utilizzare i sistemi informativi aziendali per realizzare attività comunicative.	Le immobilizzazioni Il leasing finanziario Il personale dipendente Gli acquisti e le vendite La subfornitura Lo smobilizzo dei crediti commerciali Il sostegno pubblico alle imprese Le scritture di assestamento e le valutazioni di fine esercizio La situazione contabile finale Le scritture di epilogo e chiusura	Registrare in P.D. le operazioni relative alle immobilizzazioni Rilevare in P.D. le operazioni di leasing finanziario Rilevare in P.D. la liquidazione e il pagamento delle retribuzioni e del TFR. Rilevare in P.D. le operazioni di acquisto di materie e servizi, le operazioni di vendita di prodotti e relativo regolamento Rilevare in P.D. il contratto di subfornitura . Rilevare in P.D. il portafoglio Ri.Ba. sbf, gli anticipi su fatture e il factoring Rilevare in P.D. l'erogazione dei contributi pubblici alle imprese. Applicare il principio della competenza economica. Rilevare in P.D. le operazioni di assestamento Rilevare in P.D. l'epilogo e la chiusura dei conti. Iscrivere nello Stato patrimoniale e nel Conto economico i conti utilizzati nelle rilevazioni in P.D.	24
2. Bilanci aziendali e revisione legale dei conti	Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali. Individuare e accedere alla normativa civilistica con particolare riferimento alle attività aziendali. Utilizzare i sistemi informativi aziendali per realizzare attività comunicative.	Il bilancio d'esercizio Il sistema informativo di bilancio La normativa sul bilancio Le componenti del bilancio civilistico (Stato patrimoniale, Conto economico, Nota integrativa) I criteri di valutazione I principi contabili	Individuare le funzioni del bilancio d'esercizio. Riconoscere i documenti del sistema informativo di bilancio. Redigere lo Stato patrimoniale e il Conto economico in forma ordinaria. Applicare i criteri di valutazione previsti dal codice civile per gli elementi del patrimonio aziendale Riconoscere la funzione dei principi contabili. Individuare le funzioni del bilancio IAS/IFRS e i documenti che lo compongono. Identificare la procedura di revisione legale.	22

		Il bilancio IAS/IFRS La revisione legale La relazione e il giudizio sul bilancio	Riconoscere i giudizi sul bilancio espressi dal revisore legale.	
3. Analisi per indici	Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali. Utilizzare i sistemi informativi aziendali per realizzare attività comunicative.	L'interpretazione del bilancio Lo Stato patrimoniale riclassificato I margini della struttura patrimoniale Il Conto economico riclassificato Gli indici di bilancio L'analisi della redditività L'analisi della produttività L'analisi patrimoniale L'analisi finanziaria	Riconoscere le finalità dell'analisi di bilancio per indici e per flussi. Redigere lo Stato patrimoniale riclassificato secondo criteri finanziari Calcolare e commentare i margini della struttura patrimoniale. Redigere il Conto economico riclassificato secondo le configurazioni a valore aggiunto e a ricavi e costo del venduto Calcolare gli indici di redditività, di produttività, patrimoniali e finanziari. Valutare le condizioni di equilibrio aziendale. Redigere report che sintetizzano le informazioni ottenute dall'analisi per indici.	40
4. Analisi per flussi	Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali. Utilizzare i sistemi informativi aziendali per realizzare attività comunicative.	I flussi finanziari e i flussi economici Il flusso generato dalla gestione reddituale Le fonti e gli impieghi Il Rendiconto finanziario delle variazioni del patrimonio circolante netto Il Rendiconto finanziario delle variazioni della disponibilità monetaria netta	Calcolare il flusso generato dalla gestione reddituale. Distinguere le fonti dagli impieghi di risorse finanziarie. Calcolare il patrimonio circolante netto (PCN). Redigere il Rendiconto finanziario delle variazioni del PCN. Determinare i flussi della disponibilità monetaria. Analizzare e interpretare le informazioni desumibili dal Rendiconto finanziario. Redigere report che sintetizzano le informazioni.	32
5. Analisi del bilancio socio-ambientale	Utilizzare i sistemi informativi aziendali per realizzare attività comunicative. Analizzare la rendicontazione sociale e ambientale, alla luce dei criteri sulla responsabilità sociale d'impresa.	La responsabilità sociale dell'impresa Il bilancio socio- ambientale L'interpretazione del bilancio socio- ambientale Produzione e distribuzione del valore aggiunto	Distinguere gli ambiti di responsabilità dell'impresa. Analizzare il contenuto e le finalità del bilancio socio-ambientale. Analizzare le informazioni dei rendiconti sociali e ambientali in relazione alle diverse tipologie di azienda. Calcolare il valore aggiunto prodotto dall'impresa.	12
MODULO 2 CONTABILITA' GESTIONALE				
1. Metodi di calcolo dei costi	Applicare i principi e gli strumenti della programmazione e del controllo di gestione,	Il sistema informativo direzionale e la contabilità gestionale	Descrivere le funzioni del sistema informativo direzionale Individuare le funzioni e gli strumenti della contabilità gestionale Identificare e descrivere l'oggetto di misurazione dei costi, ricavi	26

	<p>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>L'oggetto di misurazione</p> <p>La classificazione dei costi</p> <p>La contabilità a costi diretti (direct costing)</p> <p>La contabilità a costi pieni (full costing)</p> <p>Il calcolo dei costi basato sui volumi</p> <p>I centri di costo</p> <p>Il metodo ABC (Activity Based Costing)</p> <p>I costi congiunti</p> <p>I costi standard</p>	<p>e risultati</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 aziendale e su base multipla aziendale</p> <p>Distinguere i diversi tipi di centro di costo</p> <p>Individuare le fasi di determinazione del costo del prodotto</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>Calcolare il costo di prodotti tecnicamente congiunti</p> <p>Classificare i costi standard in base al livello di efficienza considerata</p> <p>Riconoscere le fasi di realizzazione del controllo attraverso i costi standard</p>	
--	---	---	--	--

2.Costi e scelte aziendali	<p>Applicare i principi e gli strumenti della programmazione e del controllo di 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>La contabilità gestionale a supporto delle decisioni aziendali</p> <p>L'accettazione di nuovi ordini</p> <p>Il mix di prodotti da realizzare</p> <p>L'eliminazione del prodotto in perdita</p> <p>Il make or buy</p> <p>La break even analysis</p> <p>La valutazione delle rimanenze</p> <p>L'efficacia e l'efficienza aziendale</p>	<p>Individuare le decisioni aziendali che vengono supportate dalla contabilità gestionale</p> <p>Calcolare il costo suppletivo</p> <p>Individuare il prodotto da eliminare in quanto presenta scarsa redditività</p> <p>Analizzare la scelta tra produzione interna ed esterna</p> <p>Risolvere problemi di scelta make or buy</p> <p>Individuare gli obiettivi della break even analysis</p> <p>Calcolare il punto di equilibrio in termini di quantità e fatturato</p> <p>Rappresentare graficamente il punto di equilibrio</p> <p>Applicare i metodi del direct costing e del full costing nella valutazione delle rimanenze</p> <p>Individuare le differenze tra efficacia ed efficienza aziendale</p> <p>Calcolare la produttività dei fattori produttivi</p> <p>Conoscere in generale metodologie e strumenti di cost management alle decisioni aziendali</p>	14
MODULO 3 STRATEGIE AZIENDALI				
1. Strategie aziendali	<p>Conoscere Il concetto di strategia e di gestione strategica</p>	<p>La creazione di valore e il successo dell'impresa</p> <p>Il concetto di strategia</p>	<p>Definire il concetto di strategia; Riconoscere le fasi della gestione strategica.</p> <p>Individuare i punti di forza e di debolezza e correlarli con le</p>	10

		<p>La gestione strategica L'analisi dell'ambiente esterno e dell'ambiente interno Le strategie di produzione (leadership di costo, differenziazione)</p>	<p>opportunità e le minacce provenienti dall'ambiente esterno.</p>	
<p>2. Pianificazione e controllo di gestione</p>	<p>Applicare i principi e gli strumenti della programmazione e del controllo di gestione, analizzandone i risultati Utilizzare i sistemi informativi aziendali e gli strumenti di comunicazione integrata d'impresa, per realizzare attività comunicative con riferimento a differenti contesti</p>	<p>La pianificazione strategica La pianificazione aziendale Il controllo di gestione Il budget La redazione del budget I budget settoriali Il budget degli investimenti fissi Il budget finanziario Il budget economico e il budget patrimoniale Il controllo budgetario L'analisi degli scostamenti Il reporting</p>	<p>Individuare le fasi di realizzazione della pianificazione strategica Distinguere la pianificazione in relazione all'estensione dell'attività aziendale e all'estensione temporale Descrivere gli obiettivi del controllo strategico Individuare gli scopi e il contenuto della pianificazione aziendale Individuare gli strumenti della pianificazione e del controllo aziendale Individuarne gli elementi del controllo di gestione Distinguere il controllo operativo dal controllo direzionale e dal controllo strategico Individuare le caratteristiche, le funzioni e gli elementi del budget Redigere i budget settoriali Redigere il budget degli investimenti fissi Redigere il budget fonti-impieghi e il budget di tesoreria Redigere il budget economico e il budget patrimoniale Individuare le fasi del budgetary control Calcolare gli scostamenti tra dati effettivi e dati standard o programmati Analizzare le cause che determinano gli scostamenti e ipotizzare eventuali azioni correttive Redigere e interpretare un report</p>	<p>20</p>

3. Business plan e marketing plan	Conoscere i sistemi informativi aziendali e gli strumenti di comunicazione integrata d'impresa, per realizzare attività comunicative con riferimento a differenti contesti.	I piani aziendali Il business plan Il piano di marketing	Riconoscere i momenti della vita di una impresa in cui vengono predisposti i piani aziendali Distinguere le differenti tipologie di business plan Individuare gli obiettivi del business plan Individuare gli obiettivi del piano di marketing Illustrare il contenuto del piano di marketing	20
MODULO 4 PRODOTTI BANCARI				
1. Finanziamenti a breve termine	Orientarsi nel mercato dei prodotti bancarie.	Il fabbisogno finanziario e il ciclo monetario I finanziamenti bancari alle imprese Il fido bancario L'apertura di credito Il portafoglio sconti Il portafoglio salvo buon fine (s.b.f.) Gli anticipi su fatture Gli anticipi su transato POS Il factoring	Analizzare il fabbisogno finanziario delle imprese e collegarlo alle fonti di finanziamento Individuare le diverse tipologie di fido bancario Analizzare i criteri di valutazione della solvibilità del cliente Conoscere le fasi dell'istruttori di fido Conoscere le caratteristiche delle aperture di credito Riconoscere e saper analizzare la documentazione relativa alle aperture di credito. Analizzare le caratteristiche delle operazioni di smobilizzo dei crediti commerciali Conoscere in linea generale le anticipazioni garantite e i riporti	15
2. Finanziamenti a medio/lungo termine e di capitale di rischio	Orientarsi nel mercato dei prodotti bancari	I mutui ipotecari Il leasing finanziario Il forfaiting Merchant banking Le operazioni di cartolarizzazione	Analizzare le caratteristiche giuridiche e tecniche dei mutui ipotecari Analizzare le caratteristiche giuridiche e tecniche delle varie tipologie di leasing e riconoscere le principali differenze Analizzare le caratteristiche del merchant banking Conoscere le linee generali delle operazioni di finanza innovativa Riconoscere le caratteristiche delle operazioni di cartolarizzazione	5

Verifiche:

- verifiche scritte non strutturate
- verifiche scritte strutturate
- verifiche scritte semistrutturate
- scelte in base agli obiettivi che si intende misurare
- verifiche orali finalizzate ad accertare le conoscenze acquisite

n.b. predisposizione di griglie di valutazione per tutti i tipi di prova al fine di contenere il più possibile la soggettività del giudizio

Metodologia:

- svolgimento di lezioni frontali e lezioni dialogate evidenziando relazioni con le altre discipline
- presentazione di casi aziendali cercando di garantire una visione globale dell'azienda
- esercitazioni guidate
- esercitazioni individuali
attività di laboratorio atta a fornire ulteriori elementi di giudizio

Sussidi:

Libro di testo.

Codice civile.

Articoli tratti da quotidiani e riviste.

Esercitazioni guidate di laboratorio