

ISTITUTO PARITARIO “SANDRO PERTINI”
Istruzione Tecnica – Settore Economico
Indirizzo “Amministrazione, Finanza e Marketing

Programma di Economia Aziendale

Classe IV A – AFM

Modulo 1. Le forme e le strutture aziendali

Società di persone: costituzione, destinazione del risultato economico, variazioni del capitale sociale, bilancio d'esercizio; Società di capitale: costituzione, riparto utili, ripianamento delle perdite finanziamenti con particolare riferimento ai prestiti obbligazionari, riserve e politiche dei dividendi, variazioni del capitale sociale; Società cooperative: tipi e caratteristiche principali della loro gestione; Principali direttive comunitarie in campo societario; il bilancio d'esercizio civilistico: i principi di redazione, i principi contabili nazionali e internazionali.

Modulo 2. La gestione dei beni strumentali

Tipologie, funzione strategica dei beni strumentali; Acquisizione, utilizzo e dismissione; Ammortamento, manutenzione, riparazione, rinnovo, svalutazione, rivalutazione; Registro dei beni ammortizzabili; registrazioni in partita doppia.

Modulo 3. La gestione del personale

Organizzazione del lavoro: teorie e sviluppi; Rapporto di lavoro subordinato: caratteri e normativa; Organizzazione previdenziale; Politiche del personale: piani di reclutamento, piani di carriera, formazione, analisi delle mansioni; Amministrazione del personale: posti e posizioni, archivio del personale, calcolo delle retribuzioni e dei costi accessori, rapporti con gli enti previdenziali e con l'erario, estinzione del rapporto di lavoro; Libri obbligatori, denunce e dichiarazioni.

Modulo 4. La gestione del magazzino

Funzione strategica del magazzino; Gestione e politica delle scorte: piani di acquisto, i costi di gestione delle scorte, il controllo delle scorte. Contabilità di magazzino: organizzazione delle procedure, i metodi di valorizzazione dei movimenti: carico e scarico, obblighi fiscali; Valorizzazione dei movimenti, valutazione delle scorte: scopi e metodi.

Modulo 5. Il marketing e le vendite

Cosa si intende per gestione commerciale, come si effettua l'analisi del mercato, l'indagine di

mercato: i metodi, il direct marketing; elementi fondamentali per le strategie di marketing: le politiche di prezzo, la comunicazione aziendale, la distribuzione. Le principali politiche distributive: il trade marketing , il merchandising, la rete di vendita, l'e-commerce

Modulo 6. La struttura finanziaria dell'impresa

Che cos'è un finanziamento; Cosa si intende per struttura finanziaria;Varie forme di investimento; Varie forme di finanziamento; Cash flow operativo e autofinanziamento; Complementarità e concorrenza fra forme di investimento; Relazione tra investimenti e finanziamenti; la valutazione degli investimenti aziendali. Come può essere valutata la convenienza di un investimento. il metodo del valore attuale netto.

Modulo 7. Mercato finanziario e borsa valori

Mercato monetario, finanziario e mobiliare; negoziazioni caratteristiche del mercato mobiliare; i principali titoli di debito pubblici e i titoli di capitale; caratteristiche delle obbligazioni, il valore nominale e la negoziazione; le azioni: caratteristiche, valore nominale, negoziazione; Borsa valori: ordinamento, organi, funzioni ed operazioni, mercato ristretto, operazioni fuori borsa; Altre forme tipiche e atipiche di investimento; Cambi esteri: generalità, quotazioni, listini, forme di pagamento internazionali, negoziazione di divise.

La docente

Prof.ssa Buongiorno Lidia