

PROGRAMMA SVOLTO

| | |
|----------|---------------------------|
| Docente | Bueti Francesca |
| Materia: | Economia aziendale |
| Classe: | 4^R |
| a. s.: | 2021/2022 |

| N. mod. | Titolo del modulo | Argomenti e attività svolte |
|----------------|---|--|
| 1 | I bilanci aziendali | <ul style="list-style-type: none"> • Scritture di assestamento epilogo e chiusura dei conti. • Normativa e tecniche di redazione del sistema di bilancio • Il Bilancio d'esercizio • Il bilancio d'esercizio civilistico: stato patrimoniale, conto economico, rendiconto finanziario, nota integrativa, bilancio in forma abbreviata e principi di redazione del bilancio. • Le forme giuridiche delle imprese • La costituzione delle società di capitali: costituzione di una S.r.l. e costituzione di una S.p.a. Il riparto degli utili e la copertura delle perdite nelle società di capitali. • Le operazioni tipiche delle società di capitali • Regole e tecniche di contabilità generale • Principi contabili nazionali e internazionali • Aspetti economici e finanziari delle diverse aree di gestione aziendale <p>Gli studenti dopo avere individuato le caratteristiche delle diverse forme giuridiche di imprese, hanno registrato in contabilità le operazioni tipiche delle società di capitali, hanno redatto e commentato i documenti che compongono il sistema di bilancio</p> |
| 2 | La gestione delle risorse umane e del magazzino | <ul style="list-style-type: none"> • La funzione risorse umane: soggetti che formano il mercato del lavoro, fattori che determinano la domanda e l'offerta del lavoro, mercato del lavoro flessibile, funzione delle risorse umane, funzione del diversity management. • Reclutamento del personale, |

- ANPAL e Curriculum vitae europeo.
- La costituzione del rapporto di lavoro: collaboratori dell'imprenditore, contratti di lavoro subordinato e prestazioni di lavori occasionali.
- Il sistema informativo del personale e la retribuzione: libro unico del lavoro, come può essere corrisposta la retribuzione, elementi aggiuntivi e sottrattivi della retribuzione e forme di assicurazioni sociali.
- Foglio paga dei lavoratori dipendenti: schema per la liquidazione della retribuzione di un dipendente, calcolo dei contributi sociali a carico dei lavoratori, calcolo dell'IRPEF, calcolo delle detrazioni fiscali e assegno unico familiare (Novità fiscali 2022).
- L'estinzione del rapporto di lavoro: forme di estinzione del rapporto di lavoro.
- La gestione del magazzino
- Il magazzino e la gestione delle scorte: la logistica nel commercio internazionale, utilità del magazzino, le regole di gestione delle scorte, i costi di gestione delle scorte e il controllo delle scorte.
- La contabilità di magazzino: valorizzazione dei carichi e degli scarichi di magazzino, costo medio ponderato, metodo LIFO e valutazione delle rimanenze

Gli studenti sono stati preparati a riconoscere le funzioni e le caratteristiche del mercato del lavoro, confrontare tipologie diverse di rapporti di lavoro, riconoscere i differenti elementi della retribuzioni, individuare le finalità dell'attività svolta dalle assicurazioni sociali

Redigere una busta paga di un lavoratore dipendente.
Applicare i diversi metodi di valorizzazione degli scarichi di magazzino, LIFO e costo medio ponderato.
Applicare le regole per la determinazione del valore da assegnare alle rimanenze in bilancio
Individuare ed analizzare sotto il profilo strategico, economico e finanziario le operazioni delle Aree gestionali.



| | | |
|---|--|---|
| 3 | Il marketing internazionale e il ciclo degli scambi internazionali | <ul style="list-style-type: none">• Il marketing strategico: cos'è il marketing• L'orientamento strategico dell'impresa verso il mercato, le strategie di marketing, il piano di marketing, analisi della situazione di partenza, il processo di marketing strategico, il posizionamento sui mercati internazionali e marketing operativo.• Il marketing mix: prodotto, ciclo di vita del prodotto; prezzo, politiche di prezzo per i mercati esteri, la distribuzione all'ingrosso e al dettaglio, il franchising, le politiche distributive, il trade marketing e il merchandising, la rete di vendita, l'innovazione digitale, canale distributivo e internazionale; comunicazione, strumenti della comunicazione, promozione delle vendite, relazioni esterne, pubblicità e il direct marketing. <p>Gli studenti hanno Individuato in un dato contesto il comportamento dei consumatori e delle imprese concorrenti, le strategie di marketing più idonee alle diverse esigenze e tipologie di prodotto, gli elementi base di un piano di marketing, le fasi del ciclo di vita del prodotto e le relative strategie, le fasi di definizione del prezzo,</p> <p>Sono stati preparati a riconoscere gli elementi di sviluppo e di cambiamento del commercio estero, individuare le caratteristiche dei mercati nazionali, internazionali e globali, le azioni di marketing più adatte ai diversi mercati e collegarle alle specificità delle singole imprese.</p> |
| | | |
| | | |
| | | |

G...elli