



ISTITUTO TECNICO settore ECONOMICO FINANZIARIO
Indirizzo: Amministrazione, Finanza e Marketing
MATERIA: Economia Aziendale
V AFM Sez. A
DOCENTE: Prof. Domenico Farese

Modulo 1 - Aspetti economico-aziendali delle imprese industriali

- Le imprese industriali: generalità e classificazioni
- La gestione delle imprese industriali e i suoi processi
- I settori della gestione e le scelte operative nelle imprese industriali
- I contributi pubblici alle imprese
- Alcune scritture d'esercizio tipiche delle imprese industriali e le scritture di fine esercizio
- Il bilancio d'esercizio: struttura e formazione secondo il Codice Civile
- Il bilancio d'esercizio secondo i principi IAS/IFRS - cenni
- La revisione legale dei conti – cenni

Modulo 2 - Le analisi di bilancio per indici e per flussi

- L'interpretazione della gestione e l'analisi di bilancio per indici
- La riclassificazione finanziaria dello Stato Patrimoniale nell'analisi per indici
- La rielaborazione del conto economico nella configurazione “a valore aggiunto” e a “costi e ricavi della produzione venduta”
- Le fasi dei processi di analisi e i criteri di riclassificazione dei bilanci
- I diversi tipi di indicatori: l'analisi della struttura patrimoniale, finanziaria ed economica dell'impresa: la classificazione, il calcolo e l'impiego degli stessi
- Il coordinamento degli indici di bilancio e l'analisi di bilancio per indici
- L'analisi di bilancio per flussi: concetto di fondo, flusso e Ccn (Capitale circolante netto)
- Il rendiconto finanziario delle variazioni delle liquidità e delle variazioni di Ccn



Modulo 3 - Le imposte sul reddito d'impresa

- Il concetto di reddito d'impresa ai fini fiscali
- I principi generali ai quali si ispirano le norme fiscali sui componenti del reddito d'impresa
- La relazione tra il reddito contabile e il reddito fiscale
- Le norme del TUIR relative ai principali componenti del reddito d'impresa:
 - ricavi, plusvalenze e sopravvenienze attive;
 - utili di società di persone, dividendi e interessi, proventi immobiliari –cenni
 - valutazione fiscale delle rimanenze;
 - valutazione fiscale dei titoli –cenni
 - l'ammortamento delle immobilizzazioni materiali e immateriali - i canoni leasing e le spese di manutenzione e riparazione
 - la svalutazione fiscale dei crediti commerciali
 - il trattamento fiscale degli interessi passivi – cenni
 - compensi agli amministratori
- Le imposte che colpiscono il reddito d'impresa
- Variazioni temporanee: imposte differite e imposte anticipate, cenni
- La dichiarazione dei redditi d'impresa e i versamenti IRES e IRPEF
- L'IRAP: nozioni generali e base imponibile (esempio semplificato)

Modulo 4 - La pianificazione strategica e il sistema di programmazione e controllo della gestione

- L'oggetto della contabilità analitica e le differenze con la contabilità generale
- Le principali classificazioni dei costi e le varie configurazioni di costo
- La metodologia del calcolo dei costi di prodotto
- La contabilità analitica a costi fissi (full costing) ed a costi variabili (direct costing)
- L'activity Based Costing o metodo ABC
- I costi nelle decisioni aziendali: alcuni problemi di convenienza
- La break-even analysis
- Il processo di pianificazione strategica e le sue fasi
- La definizione degli obiettivi e l'analisi dell'ambiente: l'analisi SWOT
- Alcuni dei principali modelli di strategia aziendale



- La programmazione e il controllo della gestione
- I costi standard e il sistema di budgeting:
 - la formazione dei budget settoriali
 - il budget degli investimenti ed il budget finanziario
 - il budget generale d'esercizio
- Il controllo budgetario ed il sistema di reporting
- L'analisi degli scostamenti nei ricavi e nel risultato industriale
- Il business plan: parte descrittiva e piano economico-finanziario

Modulo 5 - Politiche di mercato e piani di marketing

- Il marketing: concetto, tipologia e funzioni
- Il piano di marketing: concetto, elaborazione, attuazione e verifica.
- L'analisi economico – reddituale del piano di marketing
- La segmentazione del mercato
- Il marketing mix
- Gli strumenti di marketing: ciclo di vita del prodotto, politiche di vendita, attività promozionali
- Nuovi approcci nel marketing: dal digitale al non convenzionale

Modulo 6 - L'utilizzo di risorse finanziarie in prospettiva strategica

- Varie tipologie di strumenti finanziari: finanziamenti a titolo di capitale proprio e finanziamenti a titolo di prestito

Modulo 7 - Il Bilancio sociale e ambientale d'impresa – cenni

Testi consigliati:

Testo di riferimento: Master - P.Boni, P.Ghigini, C.Robecchi - Scuola & Azienda