**PROGRAMMAZIONI DISCIPLINARI A.S. 2023-2024**

**CLASSE 5A\_AFM**

**Economia Aziendale**

Docente: prof.ssa Oldoni Deborah Caroline

1. **Libri di testo adottati o altri testi utilizzati**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Autore | Titolo | Casa editrice |
| P. Ghigini, C. Robecchi, L. Cremaschi, M. Pavesi | Dentro l’impresa 5 | Scuola & Azienda |
| Codice Civile – fotocopie art 2424-2425cc | | |
| Casi aziendali, approfondimenti e presentazioni in ppt o videopresentazioni della docente | | |

1. **Ore di lezione effettuate nell'anno scolastico 2023-2024**

|  |  |
| --- | --- |
| **Ore settimanali previste dal piano di studi** | 8 |
| **Ore annuali previste dal piano di studi** | 256 |

1. **Competenze disciplinari raggiunte: (fare riferimento alle competenze elencate nel documento di classe)**

|  |  |
| --- | --- |
| **competenza raggiunta** | **Note** |
| Rilevare le operazioni gestionali utilizzando metodi, strumenti, tecniche contabili ed extracontabili in linea con i principi nazionali ed internazionali |  |
| Redigere e interpretare i documenti amministrativi e finanziari aziendali |  |
| Collaborare alle trattative contrattuali riferite alle diverse aree funzionali dell’azienda; |  |
| Svolgere attività di marketing |  |
| Collaborare all’organizzazione, alla gestione e al controllo dei processi aziendali |  |
| Riconoscere e interpretare: -le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali anche per coglierne le ripercussioni in un dato contesto; - i macro fenomeni economici nazionali e internazionali per connetterli alla specificità di un’azienda;- i cambiamenti dei sistemi economici nella dimensione diacronica attraverso il confronto fra epoche storiche e nella dimensione sincronica attraverso il confronto fra aree geografiche e culture diverse. |  |

1. **Competenze trasversali o di educazione civica raggiunte: (fare riferimento alle competenze elencate nel documento di classe)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Competenza raggiunta** | **Note** |
| Imparare ad imparare |  |
| Progettare |  |
| Comunicare |  |
| Collaborare e partecipare |  |
| Agire in modo autonomo e consapevole |  |
| Risolvere problemi |  |
| Individuare collegamenti e relazioni |  |
| Acquisire, verificare, valutare e interpretare informazioni |  |

1. **CONTENUTI SVOLTI raggruppati per Nuclei tematici fondanti della disciplina**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Nuclei tematici fondanti** | **Contenuti analitici**  **(*DETTAGLIARE I CONTENUTI SVOLTI)*** | **MODALITA’ IN PRESENZA** |
| OPERAZIONI TIPICHE E PROCESSO DI FORMAZIONE DEL BILANCIO DI ESERCIZIO DELLE SPA | * Le operazioni tipiche delle SpA: costituzione, variazioni del capitale sociale, distribuzione degli utili * Aumento a pagamento del capitale sociale * Le scritture di assestamento (completamento, integrazione, rettifica e ammortamento), di epilogo e di chiusura e riapertura * Dai dati di conto ai dati di bilancio * Le variazione dei dati di bilancio a causa di operazioni di gestione | Lezione frontale  Lezione interattiva  Esercitazioni e verifiche individuali e di gruppo (anche costruzione bilanci con dati a scelta) |
| LE IMPRESE INDUSTRIALI: ASPETTI STRUTTURALI E SCRITTURE TIPICHE | * Generalità, classificazioni e tipicità gestionali delle imprese industriali * Le scelte aziendali nelle imprese industriali * Le aree della gestione delle imprese industriali * Le scritture riguardanti le immobilizzazioni materiali: modalità di acquisizione (apporto, acquisto/permuta, costruzioni in economia, affitto e leasing), utilizzo (manutenzioni e riparazioni e processo di ammortamento), dismissione/eliminazione (vendita, permuta) | Lezione frontale  Lezione interattiva  Esercizi individuali e di gruppo  Visione di video |
| INFORMATIVA DEL BILANCIO D’ESERCIZIO    REPORT DI BILANCIO  Pianificazione e programmazione d’impresa :  COAN e BEA  PROCESSO DI PIANIFICAZIONE: FASI E STRUMENTI STRATEGIGI  MARKETING PLAN  (ripasso programma di 4^)  STRUMENTI STRATEGICI  Di PIANIFICAZIONE  di PROGRAM. AZIENDALE  EDUCAZIONE  CIVICA | 1. **BILANCIO D’ESERCIZIO**   Il sistema informativo aziendale contabile ed extra  Destinatari delle comunicazioni aziendali : gli stakeholders interni ed esterni  Il sistema informativo di bilancio e le sue funzioni (conoscitiva e di controllo)  La normativa sul bilancio del codice civile struttura e ratio  Articolo 2423 clausola generale : le cinque parole chiave  Art. 2423 bis principi di redazione  Codice civile e principi contabili nazionali  Struttura dello Stato patrimoniale art 2424 e analisi di tutta la terminologia e le operazioni sottostanti  Struttura del Conto economico art 2425 : analisi delle gestioni  Il bilancio abbreviato: limiti stabiliti dall’art 2435 bis – contenuti  L’importanza e il contenuto della Nota integrativa  Prospetti riguardanti le variazioni di IMMOBILIZZAZIONI e PN  Documenti accompagnatori : relazione di gestione, relazione dei revisori legali  REVISIONE LEGALE :soggetti -obblighi   1. **ANALISI DI BILANCIO**   Dal bilancio d’esercizio all’ analisi di bilancio : interpretazione letterale- revisionale- prospettica  Tipologie di analisi  Limiti dell’interpretazione letterale e revisionale del bilancio  Come classificare le voci dello SP : il criterio finanziario  Equilibrio patrimoniale – finanziaria ed economica nelle aziende mercantili e commerciali  Perché il CE non esprime correttamente le arre di gestione  Riclassificazione del conto economico con il VALORE AGGIUNTO : distribuzione del VA agli stakeholders – autofinanziamento indiretto  Riclassificazione del CE configurazione del COSTO DEL VENDUTO  Indici economici, di rotazione e di produttività  **Differenza tra PN e CP (capitale sociale + riserve**)  Analisi del coordinamento degli indici di bilancio e la successiva redazione del REPORT sull’analisi finanziaria, patrimoniale e economica  Relazioni ROI, ROD e ROE: effetto leva finanziaria  Dagli indici/margini di bilancio, alla costruzione del bilancio con dati a scelta, al report del bilancio  Le variazioni che intervengono da un esercizio al successivo sulla composizione delle seguenti poste di bilancio: Attivo Immobilizzato; Patrimonio Netto; Fondo TFR; Mutuo Passivo. Le scorte in SP e la variazione delle scorte in CE  Approfondiment  Perché un’impresa fallisce?  Analizziamo tutte le possibili cause del fallimento: non vende; vende ma i clienti non pagano; i costi sono maggiori dei ricavi (quali costi?); la struttura finanziaria è disequilibrata; la struttura patrimoniale è disequilibrata e l’azienda è troppo indebitata.  1-**BREAK EVEN ANALYSIS**  La BEA come strumento di pianificazione  Rappresentazione grafica dei costi fissi-variabili- costi totali e ricavi e le loro traslazioni  Determinazione del BEP ( formula e C=R)  Calcolo del risultato economico a una % di sfruttamento  Analisi di un cambiamento dello scenario (variazione costi fissi-costi variabili unitari e prezzo)  Il margine di sicurezza  **2-CONTABILITA’ ANALITICA**  L’importanza e il ruolo della COAN del sistema informativo direzionale  Caratteristiche della COAN rispetto la COGE  Le fasi della COAN :  1-definizione dell’oggetto  2-la classificazione dei costi  3-Scelta della modalità di ripartizione dei costi generali e comuni :  Direct Costing - Calcolo del risultato economico di prodotto  Calcolo della convenienza economica con il Direct Costing : aumentare la produzione con conseguente aumento dei costi fissi- - accettazione di un nuovo ordine ( calcolo del costo supplettivo) -eliminazione di un prodotto  Full Costing con base unica e multipla e con i centri di costo :  Calcolo della convenienza economica : make or Buy  Metodo ABC : cost driver  4- individuare il momento del calcolo (per determinare costo industriale consuntivo o strandard)  La valutazione delle rimanenze con il metodo del DC e del FC: differenti RE in scenari diversi di vendita  **3-PROCESSO DI PIANIFICAZIONE AZIENDALE**  Il sistema informativo aziendale e direzionale quale supporto alle decisioni aziendali  Il processo decisionale : le quattro domande vitali ( slides)  Dove voglio andare ? – obiettivo finale delle aziende Mission – vision e strategie etiche e competitive  Differenza tra obbiettivi di lungo e di breve: gioco dell’oca  Dove sono ? MACROambiente analisi PESTEL caso Ferrero  Analisi del MICROambiente o e competitivo Le 5 forze di Porter : caso Ferrero (slides)  Chi sono ? Analisi dell’ambiente interno- analisi SWOT e l’analisi della Catena del Valore di PORTER  Relazione tra analisi SWOT e PESTEL  Che strategie attuare ? Concetto di strategie competitive ed etiche – RSI  Abbiamo raggiunto gli obiettivi ? L’attività di controllo  Attività mentali simili e differenti della pianificazione e programmazione (slides)  La gerarchia delle strategie d’impresa  Strategie di corporate :  strategie di stand by - strategie di contrazione -strategie di sviluppo ( gruppi aziendali- imprese controllate e collegate - integrazione verticale e orizzontale- )  Strategie di Business : leadership di costo – differenziazione-focalizzazione – diversificazione  La matrice di Boston come strumento di analisi delle strategie di Business /ASA  Strategia dell’ oceano blu ( caso Circle du Soleil )  Strategie funzionali : analisi delle funzioni di MARKETING ( ripasso classe 4^)-  Fare la segmentazione di mercato : parametri per la segmentazione  Definire il target di riferimento  Definire il posizionamento : per attributi – per utilizzatore – per per occasione d’uso-per classe di prodotti  Strategie di marketing rispetto la concorrenza : benchmarketing – attacco -difesa  Strategie di marketing rispetto il mercato esteri : standarizzazione o adattamento  1P PRODOTTO :  Il concetto ampio di Prodotto ( garanzie – design – packaging- sostenibilità )  Prodotto grocery e non grocery  Prodotto come insieme di attributi  Ciclo di vita del prodotto – portafoglio prodotti -gamma e linea di prodotti ampia (vantaggi e svantaggi)  2P PRICE  Politica di prezzo dal primo prezzo al premium price  Definizione del ricarico : cost pricing- target pricing  Strategie di prezzo: skimming- penetrazione- civetta – promozione  3P PLACEMENT  I soggetti dell’apparato distributivo:  Funzioni degli intermediari  BUSINESS MODEL CANVA (CLIL)  BUSINESS PLAN : quale documento conclusivo di uno studio di FATTIBILITA’ approfondito dell’idea imprenditoriale  SISTEMA di BUDGET  Differenze e similitudini tra pianificazione e programmazione aziendale  Strumenti della programmazione aziendale : Budget a costi standard e preventivi  La contabilità a COSTI STANDARD  Il Budget Economico annuale e la sua articolazione in budget settoriali : BdgVendite-Produzione- delle materie prime – Acquisti Mp – Personale- Bdg delle rimanenze MP e PF  Approfondimenti di Educazione Civica e Percorsi Interdisciplinari  Responsabilità sociale d’impresa nell’ 800 Villaggio CRESPI D’ ADDA socialismo utopico- Robert Owen – questione femminile e sociale della rivoluzione industriale – romanzo sociale | Lezione frontale  Lezione interattiva  Esercitazioni individuali e di gruppo (learning by doing e problem solving)  La classe ha utilizzato durante anno la fotocopia del 2425-2424 cc  CASO Ferrero SPA  Caso Sammontana  Caso TIK TOK (CLIL)  Caso AirB&B ( CLIL)  Percorso interdisciplinare |

1. **ARGOMENTI PREVISTI OLTRE IL 15 MAGGIO**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Nuclei tematici fondanti** | **Contenuti analitici** | **MODALITA’** |
| IL SISTEMA di CONTROLLO DELLA GESTIONE | Il Budget degli investimenti  Non esiste programmazione senza controllo  Il controllo budgetario  Il sistema di reporting  Analisi degli scostamenti: gli scostamenti del prezzo, gli scostamenti delle quantità vendute, gli scostamenti dei costi di produzione  Il BUSINESSPLAN e il MARKETING PLAN | * Lezione frontale * Lezione interattiva * Esercizi |
| IL BILANCIO SOCIALE E AMBIENTALE  EDUCAZIONE CIVICA | La rendicontazione socio-ambientale  Il bilancio di sostenibilità.  I principi di redazione del bilancio socio-ambientale  La struttura del documento  Approfondimenti di Educazione Civica e Percorsi Interdisciplinari  Storie di IMPRESA : Adidas e Puma(film/podcast ) – le olimpiadi del 1936 storia di J. Owen – scelte etiche e strategiche – utile equo– combattere gli steriotipi  Storie di IMPRENDITORI al FEMMINILE: LUISA SPAGNOLI (film/podcast )  Idee innovative e strategie di marketing – ruolo delle donne nelle fabbriche – gli steriotipi- il voto alle donne – crisi del 29 in Italia e nel mondo – la società prima e dopo la crisi del 29 in Italia e nel Mondo – Great Gabsy | Lezione frontale  Lezione interattiva  Percorso interdisciplinare  e lavori di gruppo per individuare e costruire percorsi tra le materie curriculari |

Firma dei rappresentanti di classe Firma della docente data 6/5/24 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_