TAVOLE DI PROGRAMMAZIONE Economia Aziendale Classe V Ite

Modulo e tempi	Competenze	Conoscenze	Abilità	Risorse
Modulo A Redazione e analisi dei bilanci dell'impresa	Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali. Individuare e accedere alla normativa civilistica e fiscale con particolare riferimento alle attività aziendali. Utilizzare i sistemi informativi aziendali e gli strumenti di comunicazione integrata d'impresa per realizzare attività comunicative con riferimento a differenti contesti. Analizzare e produrre i documenti relativi alla rendicontazione sociale e ambientale, alla luce dei criteri sulla responsabilità sociale d'impresa.	Comunicazione economico-finanziaria. Obiettivi, regole e strumenti della contabilità generale. Sistema informativo di bilancio. Normativa civilistica sul bilancio. Principi contabili nazionali (OIC). Bilancio IAS/IFRS. Revisione legale dei conti. Rielaborazione dello Stato patrimoniale e del Conto economico. Analisi della redditività e della produttività. Analisi della struttura patrimoniale. Analisi finanziaria (indici e flussi finanziari). Rendiconto finanziario. Analisi del bilancio socio-ambientale.	Individuare le finalità della comunicazione economico-finanziaria. Rilevare in P.D. le operazioni di gestione e di assestamento. Individuare i documenti del sistema informativo di bilancio. Distinguere le tipologie di bilancio previste dal codice civile (bilancio in forma ordinaria, in forma abbreviata, per le micro-imprese). Applicare i principi di redazione e i criteri di valutazione civilistici. Redigere e interpretare i documenti del bilancio civilistico. Riconoscere la funzione dei principi contabili. Individuare le finalità del bilancio IAS/IFRS e i documenti che lo compongono. Analizzare e interpretare i giudizi sul bilancio formulati dall'organo di revisione legale. Rielaborare lo Stato patrimoniale e il Conto economico. Calcolare e commentare gli indicatori di redditività, produttività, patrimoniali e finanziari. Redigere il Rendiconto finanziario delle variazioni del PCN e il Rendiconto finanziario delle variazioni delle disponibilità liquide.	Libro di testo. Codice civile. Articoli tratti da riviste e quotidiani. Casi aziendali. MiM. Laboratorio. Contenuti digitali.

			Analizzare e interpretare le informazioni dei rendiconti sociali e ambientali.	
Modulo B Il reddito fiscale dell'impresa	Individuare e accedere alla normativa fiscale con particolare riferimento alle attività aziendali.	Imposte dirette che gravano sull'impresa. IRAP. Reddito fiscale d'impresa. Determinazione dell'imponibile e liquidazione dell'IRAP e delle imposte sul reddito.	Individuare le imposte dirette che gravano sull'impresa. Determinare la base imponibile e calcolare l'IRAP. Distinguere i concetti di reddito di bilancio e reddito fiscale. Determinare la base imponibile IRES. .	Libro di testo. Codice civile. Testo unico delle imposte sui redditi (TUIR).
Modulo C Il controllo e la gestione dei costi dell'impresa	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.	Sistema informativo direzionale e contabilità gestionale. Oggetto e scopi della contabilità gestionale. Fasi del controllo di gestione. Strumenti di rilevazione della contabilità gestionale. Classificazione dei costi. Contabilità a costi diretti (*direct costing*). Contabilità a costi pieni (*full costing*). Centri di costo Metodo ABC (*Activity Based Costing*). Contabilità gestionale a supporto delle decisioni aziendali. Accettazione di nuovi ordini. Scelta del prodotto da eliminare. *Make or buy.* *Break even analysi*s. Margine di sicurezza. Efficacia ed efficienza aziendale.	Individuare le funzioni del sistema informativo direzionale. Individuare le funzioni e gli strumenti della contabilità gestionale. Individuare le fasi del controllo di gestione. Analizzare gli strumenti di rilevazione della contabilità gestionale. Classificare i costi aziendali secondo criteri diversi. Individuare le caratteristiche e le finalità delle differenti metodologie di calcolo dei costi. Calcolare i margini di contribuzione. Calcolare le configurazioni di costo. Distinguere i diversi tipi di centro di costo. Calcolare il costo del prodotto attraverso l'utilizzo dei centri di costo. Calcolare il costo del prodotto con il metodo ABC. Individuare le decisioni aziendali supportate dalla	Libro di testo. Articoli tratti da riviste e quotidiani. Casi aziendali. LIM. Laboratorio. Contenuti digitali.
			contabilità gestionale. Calcolare il costo suppletivo. Individuare il prodotto da eliminare.	

			Scegliere i prodotti da realizzare in presenza di un fattore produttivo scarso. Risolvere problemi di scelta *make or buy*. Individuare gli obiettivi della *break even analysis*. Calcolare e rappresentare il punto di equilibrio. Analizzare gli effetti delle variazioni dei costi e dei ricavi sulla redditività. Calcolare il margine di sicurezza. Individuare le differenze tra efficacia ed efficienza aziendale. Calcolare il rendimento e la produttività dei fattori produttivi.	
Modulo D La pianificazione e la programmazione dell'impresa	Applicare i principi e gli strumenti della programmazione e del controllo di gestione, analizzandone i risultati. Inquadrare l'attività di marketing nel ciclo di vita dell'azienda e realizzare applicazioni con riferimento a specifici contesti e diverse politiche di mercato. Utilizzare i sistemi informativi aziendali e gli strumenti di comunicazione integrata d'impresa, per realizzare attività comunicative con riferimento a differenti contesti.	Strategie aziendali. Strategie di corporate. Strategie di business. Strategie funzionali. Pianificazione strategica. Analisi dell'ambiente esterno e interno. Analisi SWOT. Controllo di gestione. Budget. Costi standard. Budget settoriali. Budget degli investimenti fissi. Budget economico. Budget finanziario. Controllo budgetario. Analisi degli scostamenti di costo e di ricavo. Reporting. Piani aziendali. *Business plan.* *Marketing plan.*	Individuare gli elementi costitutivi di una strategia aziendale. Riconoscere le caratteristiche delle strategie di corporate, di business e funzionali. Distinguere le strategie di sviluppo dalle strategie di contrazione. Riconoscere e classificare le aree strategiche di affari (ASA). Individuare gli elementi che definiscono le strategie di marketing, finanziarie e della funzione produzione. Individuare le fasi del processo di pianificazione strategica. Riconoscere i punti di forza e di debolezza dell'impresa. Riconoscere le opportunità e le minacce provenienti dall'ambiente esterno. Interpretare i risultati dell'analisi SWOT. Analizzare casi aziendali esprimendo proprie valutazioni sulle strategie adottate dalle imprese.	Libro di testo. Articoli tratti da riviste e quotidiani Casi aziendali. LIM. Laboratorio. Contenuti digitali.

			Individuare gli scopi e gli strumenti del controllo di gestione. Individuare le funzioni e gli elementi del budget. Identificare le tipologie di costo standard. Redigere i budget settoriali. Redigere il budget degli investimenti fissi. Redigere il budget economico. Redigere il budget di tesoreria. Individuare le fasi del controllo budgetario. Calcolare gli scostamenti tra dati effettivi e dati standard o programmati. Analizzare le cause che determinano gli scostamenti di costo e di ricavo. Redigere e interpretare un report. Distinguere le differenti tipologie di *business plan*. Individuare gli obiettivi del *business plan*. Redigere un *business plan* in situazioni operative semplificate. Individuare gli obiettivi del *marketing plan*.	
Modulo E I finanziamenti delle imprese 24 ore	Orientarsi nel mercato dei prodotti assicurativi-finanziari anche per collaborare nella ricerca di soluzioni economicamente vantaggiose. Individuare e accedere alla normativa civilistica e fiscale. Utilizzare i sistemi informativi aziendali e gli strumenti di comunicazione integrata d'impresa, per realizzare attività comunicative con riferimento a differenti contesti.	Fabbisogno finanziario e ciclo monetario. Finanziamenti bancari delle imprese. Factoring. Supply chain finance. Anticipazioni Private equity. *Venture capital.* *Crowdfunding.* Offerta Pubblica Iniziale. *Mezzanine financing.* Cartolarizzazione dei crediti.	Analizzare il fabbisogno finanziario delle imprese e collegarlo alle fonti di finanziamento. Saper caratteristiche del private equity, *venture capital*, *crowdfunding, mezzanine financing* e cartolarizzazione dei crediti.	Libro di testo. Codice civile. Articoli tratti da riviste e quotidiani. Casi aziendali. LIM. Laboratorio. Contenuti digitali.