

ECONOMIA AZIENDALE

CLASSE 4 AFM

Competenze

Utilizzare i sistemi informativi aziendali per realizzare attività comunicative
 Riconoscere e interpretare i diversi sistemi aziendali nei loro modelli, processi e flussi informativi con riferimento alle differenti tipologie di imprese
 Inquadrare l'attività di marketing nel ciclo di gestione dell'azienda
 Individuare le caratteristiche e i costi del fattore produttivo lavoro
 Orientarsi nel mercato dei prodotti finanziari
 Individuare e accedere alla normativa civilistica e fiscale con particolare riferimento alle attività aziendali
 Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali

Conoscenze

I principi della contabilità generale
 La riapertura dei conti
 I bilanci aziendali e le società
 Le società di persone: costituzione, destinazione dell'utile, copertura della perdita, finanziamenti
 Le società di capitali: gli organi, la fase costitutiva, la destinazione dell'utile, la copertura della perdita, le variazioni del capitale sociale, i prestiti obbligazionari
 Il bilancio d'esercizio civilistico
 Il bilancio in forma abbreviata
 Il bilancio in forma ordinaria
 Redazione, approvazione, e principi di redazione del bilancio
 La finanza aziendale e le decisioni finanziarie
 Finanza, strategie e gestione finanziaria
 I fabbisogni di capitali
 Il fabbisogno finanziario iniziale
 Struttura finanziaria ottimale
 Fonti di finanziamento
 La gestione delle vendite
 La funzione di marketing
 Il marketing mix (prodotto, prezzo, comunicazione)
 Il marketing mix (la distribuzione)

La gestione delle risorse umane
 Il contenuto dell'attività di gestione e amministrazione del personale e gli elementi della retribuzione
 I documenti compilati dall'impresa nel rispetto degli obblighi imposti dalla normativa in materia di personale dipendente

La gestione del magazzino

Abilità

Redigere in P.D. le principali registrazioni contabili relative alla riapertura dei conti
 Redigere in P.D. le principali registrazioni contabili relative alle diverse tipologie di società
 Redigere e commentare i documenti che compongono il sistema di bilancio
 Individuare le possibili fonti di finanziamento in relazione alla forma giuridica d'impresa
 Riconoscere l'applicazione dei diversi strumenti di marketing nell'ambito delle attività d'azienda
 Saper interpretare gli elementi della retribuzione
 Saper individuare gli elementi del costo del lavoro per l'impresa
 Saper applicare i principali metodi di valorizzazione delle scorte
 Saper individuare le diverse tipologie di strumenti finanziari

Le problematiche connesse alla gestione delle scorte nelle aziende industriali e mercantili I costi di gestione delle scorte I principali strumenti della politica delle scorte (tasso di rotazione) Metodi di valutazione delle scorte e scopi della contabilità di magazzino Il mercato degli strumenti finanziari Soggetti, mercati, prodotti e organi del sistema finanziario Calcoli connessi ai principali contratti finanziari	
--	--