

ANNO SCOLASTICO 2022-2023

CLASSE 5P

DOCENTE: **SISTO SILVIA**

LIBRO DI TESTO: “Impresa, marketing e mondo più” L. Barale - L. Nazzaro- G, Ricci ed. Tramontana.

PROGRAMMA DI ECONOMIA AZIENDALE

COMPETENZE:

C1 Interagire nei sistemi aziendali riconoscendone i diversi modelli organizzativi, le diverse forme giuridiche con cui viene svolta l'attività e le modalità di trasmissione dei flussi informativi, collaborando alla stesura di documenti aziendali di rilevanza interna ed esterna e all'esecuzione degli adempimenti civilistici e fiscali ricorrenti.

C4 Collaborare, nell'area della funzione commerciale, alla realizzazione delle azioni di fidelizzazione della clientela, anche tenendo conto delle tendenze artistiche e culturali locali, nazionali e internazionali, contribuendo alla gestione dei rapporti con i fornitori e i clienti, anche internazionali, secondo principi di sostenibilità economico-sociale legati alle relazioni commerciali.

C5 Collaborare alla realizzazione di azioni di marketing strategico ed operativo, all'analisi dei mercati, alla valutazione di campagne informative, pubblicitarie e promozionali del brand aziendale adeguate alla mission e alla policy aziendale, avvalendosi dei linguaggi più innovativi e anche degli aspetti visivi della comunicazione.

CONOSCENZE:

Finalità del sistema comunicativo integrato. La normativa civilistica sul bilancio. I principi contabili nazionali. Il contenuto del bilancio. L'analisi del bilancio socio- ambientale.

Il sistema informativo direzionale, e la contabilità gestionale. La classificazione dei costi. La break even analysis.

Il concetto di strategia La gestione strategica d'impresa L'analisi SWOT.

I fattori che determina la nascita di una impresa. Il business Plan. Il marketing plan.

ABILITA':

Riconoscere i documenti che compongono il bilancio. Analizzare la normativa civilistica sul bilancio d'esercizio. Analizzare la composizione del bilancio socio ambientale.

Rappresentare graficamente i costi variabili e i costi fissi. Calcolare il punto di equilibrio. Disegnare e interpretare il diagramma di redditività.

Definire il concetto di strategia. Individuare le strategie di corporate, business e funzionali. Individuare le fasi della pianificazione, e programmazione. Individuare i punti di forza, debolezza e correlarli con le opportunità e le minacce provenienti dall'ambiente esterno.

Riconoscere i fattori determinanti per la nascita di una impresa. Individuare gli obiettivi i destinatari del business plan. Individuare i possibili soggetti finanziatori dell'iniziativa. Distinguere le diverse fasi di redazione del Business plan. Individuare gli obiettivi del marketing plan. Analizzare casi e situazioni operative.

OBIETTIVI MINIMI:

Il bilancio d'esercizio; funzioni e contenuto. I documenti del bilancio d'esercizio: stato patrimoniale e conto economico. Il bilancio di sostenibilità: caratteristiche e contenuti.

Contabilità gestionale: oggetto e scopi. Classificazione dei costi. La break even analysis. Concetto di strategia. Analisi SWOT. Business plan; definizione, contenuto, destinatari. Il marketing plan.

UNITA' DIDATTICHE – CONTENUTI:

Unità didattica 1:

La comunicazione aziendale

Contenuti:

La comunicazione economica- finanziaria. Il bilancio d'esercizio civilistico: funzioni, contenuto, principi di redazione. Lo stato patrimoniale, la sua struttura e contenuto. Il conto economico, la sua struttura e contenuto. La nota integrativa.

La comunicazione socio ambientale. Responsabilità sociale d'impresa. Obblighi comunicativi in ambito di responsabilità. Il bilancio socio-ambientale: che cos'è, come si interpreta. Analisi di casi aziendali.

Unità didattica 2:

Il controllo e la gestione dei costi d'impresa.

Contenuti:

La contabilità gestionale: oggetto, scopi. Cosa si intende per costo e come si classificano. La break even analysis. Il diagramma di redditività. Calcolo del punto di equilibrio.

Unità didattica 3:

La pianificazione e la programmazione d'impresa.

Contenuti:

Le strategie aziendali: strategie di corporate, strategie di business, strategie funzionali. Come si sviluppa una strategia di business. Vantaggio competitivo. Nicchie di mercato. Innovazione tecnologica e scelte strategiche. Caratteristiche delle strategie funzionali. Le leve delle strategie funzionali. Obiettivi delle strategie finanziarie, di produzione e di marketing.

Pianificazione e controllo di gestione. Analisi dell'ambiente esterno ed interno. Contenuto del piano strategico e del piano aziendale. Analisi Swot.

Unità didattica 4:

Business plan

Contenuti:

Le fasi che attraversa la nascita di un'impresa. Definizione, destinatari, contenuto del business plan. Il marketing plan, definizione e contenuto: analisi della situazione di partenza, individuazione dei mercati e degli obiettivi, definizione delle strategie e delle leve del marketing.