

Classe 5 RIM

Indirizzo: Amministrazione finanza e marketing; articolazione Relazioni internazionali e marketing.

Disciplina: Economia aziendale e geo-politica.

Unità di apprendimento n° 1 Analisi di Bilancio dell'impresa

<p>Competenze:</p> <p>Interpretare i sistemi aziendali nei loro modelli, processi e flussi informativi con riferimento alle diverse tipologie di imprese</p> <p>Utilizzare i sistemi informativi aziendali e gli strumenti di comunicazione integrata d'impresa, per realizzare attività comunicative con riferimento a diversi contesti</p> <p>Gestire il sistema delle rilevazioni aziendali</p>	<p>Competenze chiave per l'apprendimento permanente:</p> <p>comunicazione nella madrelingua</p> <p>imparare ad imparare</p> <p>competenze sociali e civiche</p>
<p>Conoscenze</p> <p>Il sistema informativo di bilancio</p> <p>La normativa civilistica sul bilancio</p> <p>I principi contabili nazionali</p> <p>Il bilancio IAS/IFRS</p> <p>La revisione legale, la relazione di revisione e il giudizio sul bilancio</p> <p>La rielaborazione dello Stato patrimoniale e del Conto economico</p> <p>Analisi di bilancio per indici</p> <p>L'analisi della redditività e della</p>	<p>Abilità</p> <p>Redigere lo Stato patrimoniale e il Conto economico</p> <p>Applicare i criteri di valutazione civilistici agli elementi del patrimonio aziendale</p> <p>Riconoscere la funzione dei principi contabili</p> <p>Individuare la funzione del bilancio IAS</p> <p>Analizzare e interpretare i giudizi sul bilancio formulati dal revisore legale</p> <p>Interpretare la realtà aziendale attraverso l'analisi di bilancio per indici e per flussi e</p>

<p>produttività</p> <p>L'analisi della struttura patrimoniale</p> <p>Analisi di bilancio per flussi</p> <p>Rendiconti finanziari delle variazioni del CCN e delle variazioni di liquidità</p> <p>L'analisi del bilancio socio-ambientale</p>	<p>comparare bilanci di imprese diverse</p> <p>Elaborare proposte in relazione a specifiche situazioni finanziarie</p> <p>Riclassificare lo Stato patrimoniale e il Conto economico</p> <p>Calcolare e commentare gli indicatori di redditività, di produttività, patrimoniali e finanziari</p> <p>Redigere il Rendiconto finanziario delle variazioni del PCN e il Rendiconto finanziario delle variazioni delle disponibilità monetaria</p> <p>Redigere report relativi all'analisi per indici e per flussi</p> <p>Analizzare e interpretare le informazioni dei rendiconti sociali e ambientali</p>
--	--

Unità di apprendimento n° 2 Il controllo e la gestione dei costi dell'impresa

<p>Competenze:</p> <p>Applicare i principi e gli strumenti della programmazione e del controllo di gestione, analizzandone i risultati</p> <p>Utilizzare i sistemi informativi aziendali e gli strumenti di comunicazione integrata d'impresa, per realizzare attività comunicative con riferimento a diversi contesti</p>	<p>Competenze chiave per l'apprendimento permanente:</p> <p>comunicazione nella madrelingua</p> <p>imparare ad imparare</p> <p>competenze sociali e civiche</p> <p>spirito d'iniziativa e imprenditorialità</p>
---	--

Conoscenze	Abilità
Il sistema informativo direzionale e la contabilità gestionale	Descrivere le funzioni del sistema informativo direzionale e individuare le funzioni e gli strumenti della contabilità gestionale
L'oggetto di misurazione	Identificare e descrivere l'oggetto di misurazione dei costi e dei ricavi
Gli scopi della contabilità gestionale	Classificare i costi aziendali secondo criteri diversi
La classificazione dei costi	Individuare le caratteristiche e le finalità delle differenti metodologie di calcolo dei costi
La contabilità a costi diretti (direct costing)	Calcolare i margini di contribuzione
La contabilità a costi pieni (full costing)	Applicare i diversi metodi di imputazione dei costi all'oggetto di calcolo
Il calcolo dei costi basato sui volumi	Calcolare le configurazioni di costo
I centri di costo	Calcolare i costi del prodotto imputando i costi indiretti su base unica e su base multipla aziendale
Il metodo ABC (Activity Based Costing)	Distinguere i diversi tipi di centro di costo
La contabilità gestionale a supporto delle decisioni aziendali	Calcolare il costo del prodotto attraverso l'utilizzo dei centri di costo
Gli investimenti che modificano la capacità produttiva	Calcolare il costo del prodotto con il metodo ABC
L'accettazione di nuovi ordini	Calcolare il costo suppletivo
I mix dei prodotti da realizzare	Scegliere i prodotti da realizzare in presenza di un fattore produttivo scarso
La scelta del prodotto da eliminare	Individuare il prodotto da eliminare
Il make or buy	Analizzare la scelta tra produzione interna ed esterna
Il confronto operativo nelle operazioni con l'estero	
La break even analysis	
L'efficacia e l'efficienza aziendale	

	<p>Risolvere problemi di scelta make or buy</p> <p>Valutare le iniziative di sviluppo internazionale</p> <p>Individuare gli obiettivi della break even analysis</p> <p>Calcolare e rappresentare il punto di equilibrio</p> <p>Individuare la differenza tra efficacia ed efficienza aziendale</p> <p>Calcolare il rendimento e la produttività dei fattori produttivi</p>
--	--

Unità di apprendimento n° 3 La pianificazione e la programmazione dell'impresa, il business plan

<p>Competenze:</p> <p>Applicare i principi e gli strumenti della programmazione e del controllo di gestione, analizzandone i risultati</p> <p>Riconoscere e interpretare: le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali anche per cogliere le ripercussioni in un dato contesto; i macrofenomeni economici nazionali e internazionali per connetterli alla specificità dell'azienda</p> <p>Inquadrare l'attività di marketing nel ciclo di vita aziendale e realizzare applicazioni con riferimento a specifici contesti e diverse politiche di mercato</p> <p>Utilizzare i sistemi informativi aziendali e gli strumenti di comunicazione integrata d'impresa, per realizzare attività comunicative con riferimento a differenti contesti</p> <p>Utilizzare le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio, ricerca ed approfondimento disciplinare</p>	<p>Competenze chiave per l'apprendimento permanente:</p> <p>comunicazione nella madrelingua</p> <p>imparare ad imparare</p> <p>competenze sociali e civiche</p> <p>competenza digitale</p> <p>spirito d'iniziativa e imprenditorialità</p>
---	---

Conoscenze	Abilità
Il processo di pianificazione e le sue fasi	Delineare il processo di pianificazione, programmazione e controllo individuandone i tipici strumenti e il loro utilizzo specie in imprese che operano anche nei mercati internazionali
La gestione strategica	Riconoscere le fasi della gestione strategica
L'analisi dell'ambiente esterno e interno, l'analisi SWOT	Individuare le strategie di corporate, di business e funzionali nelle iniziative nazionali ed internazionali
Le strategie di corporate	Individuare i punti di forza e di debolezza e correlarli con le opportunità e le minacce provenienti dall'ambiente esterno
Le strategie di internazionalizzazione	Individuare le fasi di realizzazione della pianificazione strategica
L'internazionalizzazione delle imprese	Individuare gli scopi e gli strumenti della pianificazione e del controllo aziendale
Le strategie di business, funzionali, di produzione	Distinguere il controllo operativo dal controllo direzionale e dal controllo strategico
La pianificazione strategica e aziendale	Individuare le caratteristiche, le funzioni e gli elementi del budget
Il controllo di gestione, il budget, i costi standard, i budget settoriali, il budget degli investimenti fissi, il budget economico e il budget patrimoniale	Redigere i budget settoriali
Il controllo budgetario	Redigere il budget degli investimenti fissi
L'analisi degli scostamenti	Redigere i budget economico e patrimoniale
Il reporting	Individuare le fasi del budgetary controllo
I fattori che determinano il nascere di una nuova impresa	Calcolare gli scostamenti tra dati effettivi e dati standard programmati
Il business plan	Analizzare le cause che determinano gli
I destinatari del business plan	
La struttura e i contenuti del business plan	
Le principali differenze tra iniziative internazionali e nazionali	
L'analisi del Paese estero	
Il business plan per	

<p>l'internazionalizzazione</p> <p>Il marketing plan</p> <p>Le principali politiche di marketing nazionali ed internazionali</p>	<p>scostamenti e ipotizzare eventuali azioni correttive</p> <p>Predisporre report</p> <p>Riconoscere i fattori determinanti la nascita di una impresa</p> <p>Individuare gli obiettivi del business plan</p> <p>Individuare i destinatari interni ed esterni del business plan</p> <p>Distinguere le diverse fasi di redazione del business plan</p> <p>Redigere un business plan in situazioni operative semplificate</p> <p>Individuare le caratteristiche specifiche per la redazione di un business plan di una iniziativa internazionale</p> <p>Individuare gli obiettivi del marketing plan</p> <p>Elaborare semplici piani di marketing anche in riferimento alle politiche di mercato negli scambi con l'estero</p> <p>Costruire un business plan e semplici piani di marketing in relazione alle politiche di mercato nazionale e internazionale</p>
--	---

Unità di apprendimento n° 4 Le operazioni di import ed export

<p>Competenze:</p> <p>Riconoscere e interpretare: le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali anche per cogliere le ripercussioni in un dato contesto; i macrofenomeni nazionali e internazionali per connetterli alla specificità dell'azienda;</p> <p>Utilizzare i sistemi informativi aziendali e gli strumenti di comunicazione integrata d'impresa, per realizzare attività comunicative con riferimento a differenti contesti.</p>	<p>Competenze chiave per l'apprendimento permanente:</p> <p>comunicazione nella madrelingua</p> <p>imparare ad imparare</p> <p>competenze sociali e civiche</p>
<p>Conoscenze</p> <p>Le imprese italiane nel contesto internazionale</p> <p>Il Sistema Italia per l'internazionalizzazione delle imprese</p> <p>Le operazioni di import ed export</p> <p>Il regolamento delle compravendite internazionali</p> <p>Il sistema SEPA</p> <p>La lettera di credito Stand by e il forfaiting</p> <p>Le caratteristiche delle esportazioni</p> <p>La procedura doganale di esportazione e i relativi documenti</p> <p>Il ruolo dello spedizioniere doganale</p> <p>Le caratteristiche delle importazioni</p> <p>La procedura doganale di importazione e i relativi documenti</p>	<p>Abilità</p> <p>Individuare le caratteristiche delle imprese italiane nel contesto internazionale</p> <p>Individuare la struttura del sistema italiano in supporto alle imprese internazionali</p> <p>Riconoscere gli elementi distintivi delle operazioni di import ed export</p> <p>Individuare le forme di regolamento più adatte in relazione al grado di rischio delle diverse situazioni operative</p> <p>Distinguere le diverse fasi delle operazioni doganali di esportazione e importazione</p> <p>Riconoscere la funzione dello spedizioniere doganale</p> <p>Analizzare differenti situazioni operative</p>