

CLASSE 4 A RIM
PROGRAMMA DI ECONOMIA AZIENDALE
A.S. 2024/2025

LIBRO DI TESTO - IMPRESA, MARKETING E MONDO up

EDITORE TRAMONTANA

MODULO A – I BILANCI AZIENDALI

LEZIONI	CONTENUTI
LEZIONE 1 Le forme giuridiche delle imprese	Caratteristiche delle imprese individuali, che cosa si intende per imprese collettive, caratteristiche delle società di persone.
LEZIONE 2 La costituzione delle società di capitali	Le caratteristiche delle società di capitali, come si rileva in contabilità la costituzione delle società di capitali, operazioni successive alla costituzione.
LEZIONE 3 Il riparto degli utili e la copertura delle perdite nelle società di capitali	Modalità di riparto dell'utile di esercizio, tassazione dell'utile, copertura della perdita.
LEZIONE 4 Le variazioni di capitale nelle società di capitali	Variazioni del capitale sociale, aumenti gratuiti e a pagamento, emissione di nuove azioni. Calcolo diritto di opzione e calcoli relativi ai soci/non soci. Riduzioni capitale e P.D.
LEZIONE 5 L'emissione di obbligazioni	Quali titoli di debito possono emettere le società di capitali, prezzo di emissione e scritture in partita doppia di: emissione, raccolta, cedole, assestamenti, rimborso di obbligazioni.
LEZIONE 6 Il bilancio d'esercizio civilistico	Funzione del bilancio d'esercizio, le parti che lo compongono, forma del bilancio e principi di redazione.
LEZIONE 8 Il bilancio socio-ambientale	Responsabilità sociale dell'impresa, in quali ambiti si manifesta, benefici delle imprese socialmente responsabili, strumenti di comunicazione della responsabilità sociale. Obblighi comunicazioni non finanziarie. Funzioni rendicontazione socio-ambientale. Linee guida redazione rendiconti sociali-ambientali.

MODULO B – LA GESTIONE FINANZIARIA

LEZIONE	CONTENUTI
LEZIONE 1 La funzione finanza e i finanziamenti aziendali	Cosa è un finanziamento, compiti della funzione finanza, quando si manifesta il fabbisogno finanziario, come cambiano le esigenze finanziarie per le imprese che internazionalizzano. Fonti di finanziamento. Finanziamenti di capitale proprio e di debito. Forme tecniche dei debiti di finanziamento
LEZIONE 2 La struttura finanziaria e gli investimenti dell'impresa	Struttura finanziaria, relazione tra fonti e impieghi e sua valutazione, grado di capitalizzazione, caratteristiche di un investimento, difficoltà negli investimenti all'estero.

MODULO C- LE BANCHE E IL SUPPORTO ALLE IMPRESE

LEZIONE	CONTENUTI
LEZIONE 1 Le banche e i mercati internazionali	Funzioni degli intermediari finanziari, ruolo delle banche nell'economia globale, funzioni delle banche, obiettivi di gestione, strategie per competere sui mercati internazionali.
LEZIONE 2 Le operazioni bancarie	Quali operazioni effettuano le banche, come viene definito il prezzo delle operazioni bancarie, come sono tutelati i clienti delle banche.
LEZIONE 3 I conti correnti	Classificazione dei depositi bancari, caratteristiche dei c/c di corrispondenza, modalità di tenuta, elaborazione del rapporto di c/c, liquidazione degli interessi e competenze, comunicazioni inviate al cliente, estinzione del c/c.

MODULO D- IL MARKETING INTERNAZIONALE

LEZIONE	CONTENUTI
LEZIONE 1 Il marketing strategico	Cosa è il marketing, cambiamento dell'orientamento strategico dell'impresa verso il mercato, strategie di marketing, piano di marketing, analisi della situazione di partenza, processo di marketing strategico, come cambia il posizionamento sui mercati internazionali. Come si svolge il marketing operativo.
LEZIONI 2, 3, 4, 5 Il marketing mix: prodotto, prezzo, distribuzione, comunicazione	Perché il prodotto è una leva di marketing, classificazione dei prodotti, politiche di prodotto, il ciclo di vita del prodotto, come cambiano le politiche di prodotto sui mercati internazionali. Perché il prezzo è una leva di marketing, politiche di prezzo nel mercato nazionale e nei mercati esteri. Composizione apparato distributivo, funzione delle imprese all'ingrosso e al dettaglio, distribuzione associata, politiche distributive, com'è cambiata la distribuzione con l'innovazione digitale. Come si realizza la comunicazione aziendale, comunicazione di marketing, strumenti della comunicazione, promozioni delle vendite, relazioni esterne, comunicazione pubblicitaria. Direct marketing.

APPROFONDIMENTO: IMU, sue caratteristiche, esempio di compilazione e calcolo con utilizzo di F24 semplificato on-line.

Modello 730: principali caratteristiche, differenza tra detrazioni e deduzioni

PROGRAMMA DI EDUCAZIONE CIVICA:

Inflazione e la sua misurazione Caratteristiche del sistema bancario. Il mercato finanziario e il ruolo svolto dalla Borsa valori. Gli strumenti finanziari

Il programma, rispetto alla programmazione iniziale, non ha subito modifiche ed è stato completamente svolto. Letto agli studenti che lo condividono il 29 maggio 2025

Pescia, 29 maggio 2025

Gli studenti

Antonio Di Stefano
Cristian Meoni

L'insegnante

Roberto