



Istituto Tecnico Economico Tecnologico
GIROLAMO CARUSO



Settore Economico

- AMMINISTRAZIONE FINANZA E MARKETING (AFM)
- SISTEMI INFORMATIVI AZIENDALI (SIA)
- RELAZIONI INTERNAZIONALI PER IL MARKETING (RIM)

Settore Tecnologico

- ELETTRONICA ED Elettrotecnica (EE)
- COSTRUZIONI AMBIENTE E TERRITORIO (CAT)
- AGRARIA, AGROALIMENTARE E AGROINDUSTRIA (AAA)

Settore Tecnologico

- INFORMATICA E TELECOMUNICAZIONI (IT)
- INFORMATICA E TELECOMUNICAZIONI SERALE (IT serale)

Via J. F. Kennedy n. 2 - 91011 ALCAMO (TP) - C.F.: 80003680818 - C.U.: UFCB1B - **cod. mecc. TPTD02000X**
Tel. 0924507600 - www.gcaruso.edu.it - email: TPTD02000X@istruzione.it - P.E.C.: TPTD02000X@pec.istruzione.it

PROGRAMMA SVOLTO

ANNO SCOLASTICO

2022/2023

DOCENTE

NOME E COGNOME

MATERIA

LEONARDO MANGIARACINA

ECONOMIA AZIENDALE

CLASSE

4A_ SIA

La gestione dei beni strumentali

La funzione strategica e le principali classificazioni dei beni strumentali

Alcuni metodi per la valutazione delle scelte relative agli investimenti in beni strumentali

I concetti di layout, di grado di utilizzo e di elasticità dei beni strumentali

I problemi economico-aziendali e gli aspetti contabili relativi ai beni strumentali. In particolare: varie modalità di acquisizione, ammortamento e manutenzioni, differenti modi di dismissione

Il concorso dei beni strumentali alla formazione del reddito d'esercizio e la rappresentazione dei relativi valori nel bilancio di fine periodo

La gestione delle risorse umane e il mercato del lavoro

Il concetto di lavoro subordinato e le principali categorie di lavoratori dipendenti

Le fonti normative che regolano i rapporti di lavoro

Le varie forme contrattuali e la flessibilità del mercato del lavoro

Le fasi della pianificazione delle risorse umane, le modalità di reperimento e di selezione del personale

Gli aspetti amministrativi, contabili, previdenziali e fiscali della gestione del personale

Le procedure per il calcolo del costo del lavoro

La gestione delle vendite e il marketing

Il sistema distributivo: funzioni, soggetti e canali di distribuzione

I costi dei processi distributivi e la metodologia dell'analisi dei costi di distribuzione

Enti e organismi ausiliari del commercio

Alcune norme che regolano l'esercizio del commercio in Italia

Il marketing: concetto, tipologia e funzioni

Il piano di marketing: concetto, elaborazione, attuazione e verifica

Gli strumenti di marketing: ciclo di vita del prodotto, politiche di vendita, attività promozionali

Il mercato del lavoro nell'attuale contesto socio-economico

Le nuove forme di lavoro e le prospettive in un'ottica di crescita del tessuto socio-economico

Le società di persone

Le varie forme giuridiche delle aziende e la loro correlazione con le dimensioni aziendali

Le società: concetto e classificazioni

Le società di persone: caratteri generali

La costituzione e i vari tipi di conferimento

Il riparto degli utili e la copertura della perdita

Le variazioni di capitale sociale

I finanziamenti dei soci

Le società di capitali e le cooperative

Le caratteristiche generali delle società di capitali

La costituzione e i vari tipi di conferimento

Il riparto degli utili e la copertura delle perdite

Le variazioni del capitale sociale

Le varie tipologie di riserve

I prestiti obbligazionari

I caratteri essenziali delle S.a.p.A. e delle S.r.l.

I gruppi aziendali: concetto e struttura

Le società cooperative: aspetti essenziali e tipologie

Il bilancio delle società di capitali

Il bilancio come strumento di conoscenza e di comunicazione

La normativa civilistica e i principi contabili per la formazione del bilancio d'esercizio

Il sistema informativo di bilancio e la sua composizione

Alcamo li, 09.06.2023

Il Docente
(Prof. Leonardo Mangiaracina)