



**Istituto Tecnico Statale**  
**CARLO CATTANEO - San Miniato (PI)**

# Programma svolto

*Anno Scolastico 2023-24*

|                                  |  |
|----------------------------------|--|
| <b>Classe e sezione</b>          | <b>4AA</b>   |
| <b>Materia</b>                   | <b>Economia aziendale</b>  |
| <b>Docente</b>                   | Salvatore Buccione   |
| <b>Libro di testo adottato</b>   | Entriamo in azienda 2 – Il manuale – Tomi 1 e 2 – Astolfi, Rascioni e Ricci – Tramontana |
| <b>Ore di lezione effettuate</b> | 185  |

Per gli obiettivi, le metodologie e le competenze specifiche si fa riferimento al Documento di programmazione disponibile sul sito della scuola.

# Contenuti

## **1) Approfondimento e ripasso di argomenti trattati nell'anno scolastico precedente**

- Le scritture di assestamento (di completamento, integrazione, rettifica e ammortamento)
- Fasi conclusive della contabilità generale: Le scritture di epilogo
- Il patrimonio netto finale
- La chiusura generale dei conti
- Il bilancio d'esercizio delle micro-imprese: Stato patrimoniale e Conto economico.

## **2) I bilanci aziendali**

- Caratteristiche delle società di persone
- Costituzione, costi d'impianto, riparto degli utili, copertura delle perdite, finanziamenti, aumenti e riduzioni di capitale sociale
- Caratteristiche delle società di capitali. Gli organi sociali. La fase costitutiva. La destinazione dell'utile.
- La copertura della perdita. Aumenti e riduzioni di capitale sociale. La raccolta di capitale di debito.
- I prestiti obbligazionari nelle società di minori dimensioni. I prestiti obbligazionari nelle società di maggiori dimensioni. I prestiti obbligazionari convertibili.
- Il Bilancio d'esercizio. La forma abbreviata (e la sua compilazione). La forma ordinaria (e la sua compilazione).
- Redazione e approvazione del bilancio. Principi di redazione del bilancio.

## **3) La gestione delle vendite**

- La funzione di marketing – Vendite e marketing. L'evoluzione del marketing ed il suo sistema informativo. Le fonti informative. Le ricerche quantitative e qualitative di marketing. Il piano di marketing. Le strategie di internet marketing. La qualità totale.
- Il marketing mix: prodotto, prezzo, comunicazione – Il concetto di prodotto ed il suo ciclo di vita. Le politiche di prodotto e le politiche di prezzo. La politica di comunicazione. La pubblicità. Il piano di comunicazione pubblicitaria. La normativa sulla pubblicità. I soggetti del mercato pubblicitario. Il direct marketing e il database marketing. L'attività promozionale. Le relazioni esterne.
- Il marketing mix: la distribuzione – La politica distributiva e i canali di distribuzione tradizionali. La scelta del canale di distribuzione. Il trade marketing. L'apparato distributivo italiano. Le formule distributive all'ingrosso e al dettaglio.

---

L'insegnante  
*Prof. Nome e Cognome*

.....

Gli alunni  
*Nome Cognome*

*Nome Cognome*

.....

.....

