

Nome docente	Gianluca Girone
Corso di laurea	Marketing e comunicazione aziendale
Anno accademico	2013/2014
Periodo di svolgimento	II semestre
Crediti formativi universitari (CFU)	8
Settore scientifico disciplinare	SECS P07-Economia aziendale

Programma di Ragioneria Applicata (a.a. 2013/2014)
(Prof. Gianluca Girone)

Università degli Studi di Bari Aldo Moro
Dipartimento di Studi Aziendali e Giusprivatistici
Corso di Laurea Marketing e Comunicazione Aziendale

Pre-requisiti

Il corso di Ragioneria Applicata presuppone la conoscenza degli elementi propedeutici dell'economia aziendale e dei sistemi per la tenuta della contabilità, acquisiti dai discenti nel corso di Ragioneria generale, mediante l'applicazione del metodo della partita doppia e delle tecniche per la redazione del bilancio.

Obiettivi del corso

Il corso di Ragioneria Applicata si propone di fornire ai discenti tutti gli strumenti per la gestione dei problemi delle imprese societarie applicati ad un livello avanzato di studi. Particolare enfasi viene posta sul fenomeno societario, di cui vengono esaminati nel dettaglio la classificazione delle imprese e gli altri elementi caratteristici. Si approfondisce il caso specifico delle società di capitali, valutate sia sotto il profilo del posizionamento strategico e dei relativi riflessi sull'organizzazione, che per le modalità della gestione contabile, attuata mediante opportuni sistemi di determinazione dei valori di bilancio e tramite lo studio analitico degli schemi civilistici di Stato Patrimoniale e Conto Economico. Sono, inoltre, valutati altri aspetti, legati all'adozione di specifici sistemi contabili transnazionali (IAS) e alle relative metodologie e prassi di valutazione delle poste di bilancio, adottate per consentire la comparabilità nel tempo e nello spazio dei prospetti di bilancio, elaborati da soggetti differenti operanti in Paesi diversi. Viene esaminato il gruppo di imprese come modello di aggregazione societario, individuandone sia le finalità costitutive, che gli elementi contabili fondamentali, sintetizzati nel bilancio consolidato. Si illustra, infine, la fusione come esempio di operazione straordinaria, che consente di attuare forme di concentrazione aziendale, delineandone le caratteristiche, le opportunità ed i rischi connessi.

Programma

Il fenomeno societario: tipi, caratteristiche generali, ordinamento e struttura delle gestioni societarie. Le operazioni tipiche delle imprese societarie e le rilevazioni corrispondenti: costituzione delle società, variazione di capitale, emissione di prestiti obbligazionari, ammortamento finanziario dei beni gratuitamente devolvibili, distribuzione degli utili e copertura delle perdite.

Il bilancio delle società di capitali secondo i canoni aziendali: la normativa civile e cenni su quella fiscale. L'informativa supplementare derivante dalla prassi contabile. Cenni sui principi contabili stabiliti dai competenti organismi professionali nazionali (OIC) ed internazionali (IAS/IFRS).

I fondamenti economici degli aggregati di aziende e le loro forme. Le alleanze strategiche come via alla globalizzazione del mercato. La struttura economica e i vari riflessi associativi. Le operazioni di scambio e di produzione. Le diverse tecniche ed ipotesi di realizzazione del bilancio consolidato. La definizione dell'area di consolidamento. Le operazioni interne: crediti/debiti infragruppo, utili interni. I cambi esteri nel consolidamento.

Cenni alle operazioni straordinarie: la fusione per incorporazione ed unione. I motivi ed i limiti dell'operazione di fusione. Il rapporto di concambio. L'avanzo di fusione.

Gli obiettivi e i contenuti devono essere coerenti con la tipologia di figure professionali che si vogliono formare.

Testi consultabili:

DI CAGNO G., Il bilancio d'esercizio, Cacucci, Editore, 2011, Bari.

PAOLONE G., Assetti di governance e modelli societari, Giappichelli, 2004, Torino.

PISONI P., Il bilancio consolidato, Giuffrè editore, 2013 pagg. 1-365, Milano.

Per l'esame si precisa che lo studio dai testi dovrà essere integrato con le dispense sulla "Riforma del Diritto Societario" e sulla "Fusione" e potrà essere integrato con le esercitazioni inserite nel "Materiale didattico" consultabili al sito internet www.uniba.it nella sezione Organizzazione - Dipartimenti – Dipartimento di Studi Aziendali e Giusprivatistici - Materiale Didattico" – "Ragioneria applicata" cdl in Marketing e Comunicazione Aziendale - Prof. Gianluca Girone.

Modalità di accertamento conoscenze

- Esoneri: No
- Prova Scritta: No
- Colloquio Orale: Si

Forme di assistenza allo studio

- Corso presente nella zona in e-learning del Sito Web di Facoltà: No

Organizzazione della didattica

- Cicli interni di lezione: Si
- Corsi integrativi: No
- Esercitazioni: Si
- Seminari: No
- Attività di laboratorio: No
- Project work: No
- Visite di studio: No