

<b>Nome docente</b>	SPALLINI Sabrina
<b>Corso di laurea</b>	MARKETING E COMUNICAZIONE D'AZIENDA
<b>Anno accademico</b>	2015/2016
<b>Periodo di svolgimento</b>	I SEMESTRE
<b>Crediti formativi universitari (CFU)</b>	10
<b>Settore scientifico disciplinare</b>	SECS-P/07

**Programma di Ragioneria generale (a.a. 2015/2016)**  
**(Prof SPALLINI . Sabrina)**

Università degli Studi di Bari Aldo Moro  
Corso di Laurea Marketing e Comunicazione azienda

**Pre-requisiti**

Non sono richieste specifiche conoscenze se non quelle previste per l'iscrizione al corso di laurea in Marketing e Comunicazione d'azienda.

**Obiettivi del corso**

Il corso mira a far acquisire allo studente le competenze di base sulle specifiche e generiche operazioni di gestione delle imprese attraverso l'analisi delle aree funzionali. Nonché a fornire le dinamiche di formazione del reddito e patrimonio e delle relative rendicontazioni, attraverso il sistema delle rilevazioni contabili. Saranno, inoltre, affrontate le caratteristiche essenziali delle aziende di erogazione.

**Programma del corso**

**I parte**

La classificazione delle aziende di produzione e di erogazione.

L'azienda come unità sistemica e le sue relazioni con l'ambiente.

Le aree funzionali come segmentazione del sistema aziendale

Area della Ricerca e Sviluppo

Area della produzione

Area del Marketing

Area dell'Organizzazione

Area della Finanza

Area dell'amministrazione e controllo

Le dinamiche di formazione del Patrimonio aziendale e le sue classificazioni.

Il Reddito totale e il Reddito di periodo.

La segmentazione del reddito di periodo: le aree gestionali.

Le differenti configurazioni di Conto economico e di stato patrimoniale.

Il processo valutativo del patrimonio di funzionamento nelle aziende di produzione.

Le rendicontazioni di esercizio: struttura di Stato Patrimoniale e di Conto Economico , secondo il Codice Civile

Principali indici di funzionalità economica, finanziaria e patrimoniale.

Principali classificazioni dei costi dei fattori produttivi e misurazioni dei costi di prodotto.

Cenni all'analisi costi-volumi risultati.

II parte

Le determinazioni quantitative.

Le rilevazioni contabili di funzionamento: le rilevazioni contabili iniziali, continuative e finali relative all'impresa esercente attività mercantile a struttura individuale.

Elementi di calcolo commerciale e bancario: il calcolo proporzionale, interesse, montante; sconto; valore attuale; scadenza media, scadenza comune, lo sconto di cambiali ed il tasso effettivo di sconto; il mercato mobiliare, l'acquisto e la vendita di titoli nel mercato finanziario e monetario, il tasso effettivo di rendimento; il mercato dei cambi; acquisto e vendita di divise; cambi spot e forward; livellamento dei cambi.

**Bibliografia Testi di riferimento.**

**I Parte**

Pastore A. Fondamenti di teorica aziendale, Cacucci Editore, Bari, 2009. (capitolo I; II; III; IV; VI, VII ( pag.339-353; pag. 366-371; pag. 384-403; pag.410-412; pag. 434-439; pag. 450-453.); cap.VIII (pag. 471-492).

**II Parte**

Per la parte riguardante le determinazioni quantitative, potrà essere utilizzato qualsiasi testo in cui siano trattati gli argomenti indicati nel programma.

Per gli argomenti relativi al calcolo commerciale e bancario si consiglia: Di Cagno N., Elementi di Calcolo Mercantile, Bancario e delle Operazioni Mobiliari e valutarie, Cacucci Editore, Bari 2010.

**Durante il corso saranno distribuite dispense e slide a cura del docente.**

Modalità di accertamento conoscenze

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

Forme di assistenza allo studio

- Corso presente nella zona in e-learning del Sito Web di Facoltà: Si

Organizzazione della didattica

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