

FACOLTÀ	Scienze Motorie
ANNO ACCADEMICO	2009/2010
CORSO DI LAUREA (o LAUREA MAGISTRALE)	Corso di laurea magistrale in Management dello Sport e delle Attività motorie
INSEGNAMENTO	Economia Aziendale
TIPO DI ATTIVITÀ	Caratterizzante
AMBITO DISCIPLINARE	Giuridico-Economico
CODICE INSEGNAMENTO	02704
ARTICOLAZIONE IN MODULI	NO
NUMERO MODULI	
SETTORI SCIENTIFICO DISCIPLINARI	SECS – P/07
DOCENTE RESPONSABILE (MODULO 1)	Salvatore Cincimino Ricercatore non confermato Università di Palermo
DOCENTE COINVOLTO (MODULO 2)	
DOCENTE COINVOLTO (MODULO 3)	
CFU	9
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLO STUDIO PERSONALE	113
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLE ATTIVITÀ DIDATTICHE ASSISTITE	40
PROPEDEUTICITÀ	Nessuna
ANNO DI CORSO	1°
SEDE DI SVOLGIMENTO DELLE LEZIONI	Facoltà di Scienze Motorie aula 5
ORGANIZZAZIONE DELLA DIDATTICA	Lezioni frontali, Esercitazioni in aula, seminari di approfondimento
MODALITÀ DI FREQUENZA	Facoltativa
METODI DI VALUTAZIONE	Prova preliminare scritta - Prova orale
TIPO DI VALUTAZIONE	Voto in trentesimi
PERIODO DELLE LEZIONI	Secondo semestre
CALENDARIO DELLE ATTIVITÀ DIDATTICHE	Martedì e giovedì, ore 8.00/10.00
ORARIO DI RICEVIMENTO DEGLI STUDENTI	Lunedì, ore 11.00/13.00

<p>RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI</p> <p>Conoscenza e capacità di comprensione: conoscenza approfondita dell'istituto "azienda", con particolare riguardo agli organismi sportivi, ed una comprensione dei complessi e sistematici accadimenti aziendali.</p> <p>Capacità di applicare conoscenza e comprensione: si attende una buona conoscenza dell'istituto "azienda", con particolare riguardo agli organismi sportivi, ed una comprensione dei complessi e sistematici accadimenti aziendali, tale da consentire allo studente di saper applicare a casi concreti i corretti strumenti a supporto del processo decisionale.</p> <p>Autonomia di giudizio: raggiungimento di uno standard elevato di giudizio critico associato allo sviluppo di una mentalità economico-aziendale.</p> <p>Abilità comunicative: si attende il pieno apprendimento del linguaggio economico-aziendale associato a buone capacità di comunicazione.</p> <p>Capacità d'apprendimento: raggiungimento di un elevato standard di capacità cognitive e di apprendimento tali da sviluppare analisi critica e scelte da adottare nel contesto operativo di riferimento.</p>

OBIETTIVI FORMATIVI DEL MODULO

MODULO	DENOMINAZIONE DEL MODULO
ORE FRONTALI	LEZIONI FRONTALI
2	La nozione di azienda e di economia aziendale
2	I comuni principi di governo per la continuità e lo sviluppo delle aziende: progresso, unità e finalismo aziendale
2	I principi di economicità, solvibilità, autonomia, efficienza, efficacia
2	Il rischio economico-aziendale Le relazioni tra economicità di gestione e solvibilità aziendale, e l'inidoneità del bilancio a rappresentare le relazioni prospettiche tra equilibrio economico

	e finanziario dell'azienda
2	La nozione di successo aziendale Le condizioni di successo aziendale La cosiddetta formula imprenditoriale per l'analisi del successo
2	Valori umani e valori imprenditoriali nell'attuale dottrina economico-aziendale Le condizioni per esprimere un giudizio sull'efficacia dei valori imprenditoriali in rapporto al successo aziendale Sui processi di apprendimento individuale e collettivi di valori funzionali al successo dell'azienda
2	Il concetto di gestione Le peculiarità della gestione nelle aziende sportive
2	L'evoluzione delle concezioni del lavoro nelle aziende e i riflessi sull'organizzazione Il potere, l'autorità, il binomio autorità-fiducia e la comunicazione Altri meccanismi operativi
2	Il manager sportivo L'organizzazione delle manifestazioni sportive
2	Il controllo della economicità e della solvibilità ed i suoi strumenti: il bilancio
2	Lo Stato Patrimoniale come strumento di controllo della solvibilità
2	Il Conto Economico come strumento di analisi della economicità della gestione La nozione di reddito
2	I principi di redazione di bilancio e i criteri di valutazione
2	La relazione tra i valori dei Conto Economico, quelli dello Stato Patrimoniale e quelli dei Conto Economico successivo: il sistema dei valori del bilancio d'esercizio Lo Stato Patrimoniale e il Conto Economico nella forma prevista dagli art.2424 e 2425 del codice civile
2	Il bilancio delle aziende sportive
2	Il bilancio delle società di calcio professionistiche: a. le peculiarità strutturali delle società di calcio professionistiche b. il regime contabile e la determinazione del reddito c. lo schema di bilancio previsto dalla F.I.G.C. Gli effetti della sentenza Bosnam sui bilanci delle società professionistiche
2	La situazione patrimoniale come di analisi del livello di solvibilità della gestione Il Conto Economico come strumento di analisi della economicità della gestione Gli indicatori di bilancio
2	Le forme di comunicazione dell'attività sociale delle imprese sportive: il bilancio sociale
2	La programmazione economica e la costruzione del "conto economico previsionale" La programmazione finanziaria e la costruzione del "piano di copertura finanziaria": la determinazione preventiva dell'immobilizzo finanziario medio-prospettico relativo al capitale circolante
2	La predeterminazione degli oneri finanziari come fonte della determinazione progressiva dei risultati economici e della situazione patrimoniale prospettici
2	Il capitale di funzionamento e i suoi valori "limite"
2	Il capitale di liquidazione

	Il capitale economico La determinazione del capitale economico
2	Le nozioni di costo
2	Le configurazioni di costo
2	La determinazione dei costi complessivi ed i procedimenti di ripartizione
2	La determinazione dei costi per attività (activity-based-costing)
2	I costi nelle aziende sportive
2	Il diagramma di redditività
2	Il ciclo di budgeting Il processo di redazione del budget
2	L'analisi degli scostamenti dei costi variabili, dei costi fissi, dei proventi
2	Il sistema di gestione di controllo
2	La struttura organizzativa del controllo: i centri di attività - la collocazione dei centri di attività nell'organigramma aziendale
2	La struttura tecnico-contabile e i "livelli" di controllo Il processo di controllo: il ruolo di analisi
2	La comunicazione delle aziende sportive ed i mass media
2	Le sponsorizzazioni delle aziende sportive
2	Il marketing delle aziende sportive (cenni)
	ESERCITAZIONI
	Nel corso delle lezioni verranno svolti casi concreti ed esercitazioni
TESTI CONSIGLIATI	C. SORCI , <i>Lezioni di economia aziendale</i> , Giuffrè, Milano, 2002 F.B. ASCANI , <i>Management e gestione dello sport</i> , Sperling & Kupfer, 2004

OBIETTIVI FORMATIVI DEL MODULO

Riportati nel Regolamento Didattico del Corso di Studio