

Indice

	Premessa	6
Parte A	Conoscenze di base	7
	1 Conoscenze di base di economia aziendale e politica	8
	1.1 I bisogni come motore dell'economia	8
	1.2 Bisogni illimitati, risorse limitate	11
	1.3 Offerta di beni	11
	1.4 Fattori di produzione	12
	1.5 Classificazione dei beni	13
	1.6 Mercati	14
	1.7 Formazione dei prezzi	15
	1.8 Importanti dati macroeconomici	18
	1.9 Obiettivi e parametri dell'economicità	19
	1.10 Parametri di mercato	21
	Riepilogo	22
	Domande di ripasso	24
	2 Modello di gestione aziendale	26
	2.1 Il modello di management di San Gallo	26
	2.2 Le sfere ambientali dell'azienda	28
	2.3 Gli stakeholder dell'azienda	31
	2.4 Conflitti di obiettivi, armonia degli obiettivi e neutralità degli obiettivi	34
	Riepilogo	35
	Domande di ripasso	37
Parte B	Strategia e obiettivi	39
	3 Strategia	40
	3.1 Management normativo	40
	3.2 Management strategico	44
	Riepilogo	57
	Domande di ripasso	58
	4 Processo di formulazione degli obiettivi aziendali	60
	4.1 Il sistema degli obiettivi nell'azienda	60
	4.2 Obiettivi operativi	61
	4.3 La formulazione degli obiettivi	62
	4.4 La relazione tra gli obiettivi	63
	Riepilogo	65
	Domande di ripasso	66
	5 Ecologia	67
	5.1 Politica ecologica	67
	5.2 Il processo di gestione ecologica	68
	5.3 Costi e benefici della gestione ecologica	70
	Riepilogo	71
	Domande di ripasso	71
Parte C	Produzione	73
	6 Fornitura di beni e servizi	74
	6.1 Approvvigionamento	74
	6.2 Produzione	82
	6.3 Logistica	87
	Riepilogo	90
	Domande di ripasso	92
	7 Il miglioramento della qualità	93
	7.1 Il ciclo PDCA	93
	7.2 Gestione della qualità	94
	7.3 Sistema delle proposte di miglioramento	100
	7.4 Ulteriori concetti per l'ottimizzazione	101
	Riepilogo	102
	Domande di ripasso	103

8	L'innovazione	104
8.1	Gli impulsi all'innovazione	104
8.2	Tipi di innovazione	105
8.3	Processo di innovazione	105
	Riepilogo	105
	Domande di ripasso	106
Parte D	Marketing	107
9	Orientamento al cliente	108
9.1	L'orientamento al cliente e l'orientamento al mercato	108
9.2	L'approccio di Kano	110
9.3	Lo studio di mercato	111
9.4	Segmentazione del mercato	113
9.5	Mercati target	115
9.6	Gruppi target	117
	Riepilogo	119
	Domande di ripasso	120
10	Marketing	122
10.1	Che cos'è il marketing?	122
10.2	Panoramica del Marketing mix	125
10.3	Product	127
10.4	Process, People e Physical Tangibles (presenza)	128
10.5	Price	130
10.6	Place	132
10.7	Promotion	133
	Riepilogo	137
	Domande di ripasso	138
Parte E	Contabilità	139
11	La contabilità quale strumento di conduzione	140
11.1	Compiti della contabilità	140
11.2	Panoramica contabilità finanziaria	142
11.3	Panoramica contabilità aziendale	148
11.4	Panoramica controlling finanziario	157
	Riepilogo	158
	Domande di ripasso	160
12	Indici per la conduzione	162
12.1	Senso e scopo degli indici	162
12.2	Analisi degli indicatori chiave	164
12.3	Sistemi di indici	178
	Riepilogo	182
	Domande di ripasso	185
13	Processo di budget	188
13.1	Pianificazione strategica (business plan, budget pluriennali)	188
13.2	Pianificazione operativa (budget annuale)	190
13.3	Rapporti del controlling (confronti tra i valori previsionali e i valori consuntivi)	196
	Riepilogo	203
	Domande di ripasso	204
14	Calcolo delle prestazioni e offerta	206
14.1	Ambiti e aspetti del calcolo dei costi	206
14.2	Calcoli dei costi nell'acquisto e nella vendita	208
14.3	Calcolo per divisione e calcolo per cifre equivalenti	211
14.4	Fornitura di beni e servizi: calcolo dei supplementi di costo	212
14.5	Fornitura di beni e servizi nel commercio: calcolo commerciale	215
14.6	Fattori di influenza sulla determinazione del prezzo	219
	Riepilogo	222
	Domande di ripasso	224

Parte F	Diritto	229
	15 Diritto societario	230
	15.1 Ditta individuale e società	230
	15.2 Le otto forme di società e la loro classificazione	231
	15.3 La ditta individuale	233
	15.4 La società in nome collettivo	234
	15.5 La società anonima (SA)	236
	15.6 La società a garanzia limitata (Sagl)	242
	Riepilogo	245
	Domande di ripasso	247
	16 Rappresentanza legale in azienda	248
	16.1 La rappresentanza ordinaria	248
	16.2 Premesse per una valida rappresentanza	249
	16.3 L'estensione della procura	250
	16.4 La rappresentanza commerciale	251
	Riepilogo	253
	Domande di ripasso	253
	17 Nascita di un'obbligazione	255
	17.1 Definizione di obbligazione	255
	17.2 Le tre cause da cui scaturiscono le obbligazioni	256
	Riepilogo	258
	Domande di ripasso	258
	18 Il diritto della responsabilità civile	260
	18.1 Responsabilità civile significa: rispondere di un danno causato	260
	18.2 Essere responsabili senza contratto: la responsabilità extracontrattuale	261
	18.3 Approfondimento: la responsabilità contrattuale	265
	Riepilogo	266
	Domande di ripasso	267
	19 Nascita di obbligazioni da contratto	268
	19.1 L'accordo sul contenuto del contratto	268
	19.2 La capacità di impegnarsi per contratto	272
	19.3 Le diverse forme di contratto	274
	19.4 Oggetto del contratto	277
	Riepilogo	278
	Domande di ripasso	278
	20 Adempimento del contratto	280
	20.1 Adempimento corretto	280
	20.2 Errori nell'adempimento del contratto – sintesi	285
	20.3 La mora del debitore	286
	20.4 La mora del creditore (mora di accettazione)	289
	20.5 L'estinzione di un'obbligazione	290
	Riepilogo	293
	Domande di ripasso	294
	21 Recessione dal contratto	296
	21.1 Quattro eccezioni al principio dell'obbligo d'adempimento	296
	21.2 La contestazione di un contratto	298
	Riepilogo	301
	Domande di ripasso	301
	22 Legge sulla protezione dei dati	302
	22.1 Definizioni e principi della legge sulla protezione dei dati	302
	22.2 Protezione dei dati nel rapporto di lavoro	303
	Riepilogo	306
	Domande di ripasso	307
Parte G	Allegato	309
	Risposte alle domande di ripasso	310
	Indice analitico	333