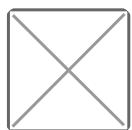


Analisi dei costi e determinazione dei centri di vendita

Analisi dei costi e determinazione dei centri di vendita

**Costo**

A pagamento

Durata

8 ore

Sede

Online

Settori

Amministrazione, finanza e controllo

Destinatari

Imprese, Persone

Tipologie

Per occupati

Termine iscrizioni

06/11/2025

Data inizio

13/11/2025

Data fine

20/11/2025



Obiettivi

Il corso si propone di trasferire le conoscenze necessarie per effettuare corrette analisi dei costi aziendali ai fini decisionali e per impostare modelli di contabilità analitica utili al controllo direzionale. Il corso propone modalità di elaborazione, gestione e valutazione dei dati aziendali in grado di consentire un migliore controllo dell'efficienza gestionale, con conseguente riduzione dei costi e miglioramento dei margini e della redditività

Contenuti del corso

1. Analisi dei costi e decisioni aziendali

- Il concetto di costo e classificazione dei costi
- Analisi del Conto Economico Gestionale
- La relazione tra costi, volumi e risultati
- Analisi della marginalità come supporto decisionale strategico
- L'analisi del punto di pareggio e la sua funzione di simulatore di scenari di business
- Le scelte di Make or Buy

2. I sistemi di contabilità dei costi

- La contabilità industriale e i collegamenti con la contabilità generale
- La contabilità industriale per la definizione del costo del prodotto/commessa/servizio
- Il Full costing
- Il Full costing e la definizione dei centri di costo
- Il Direct costing semplice
- Il Direct costing evoluto
- I Metodi a confronto

CASI PRATICI: Analisi di casi aziendale finalizzati alla determinazione del costo di prodotto/servizio/commessa.

Sede del corso

Online

Referente

Silvia Sturloni | Email: sturloni@cnafoer.it | Telefono: 3283514592

Docente

Simona Salvarani

dottore commercialista e socio titolare dello studio BFMR di Reggio Emilia