# Analisi dei costi e determinazione dei centri di vendita



CostoDurataSedeA pagamento8 oreOnline

SettoriDestinatariTipologieAmministrazione, finanza e controlloImprese, PersonePer occupati

 Termine iscrizioni
 Data inizio
 Data fine

 06/11/2025
 13/11/2025
 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