

***CdS in LAUREA MAGISTRALE - Scienze delle
amministrazioni – management pubblico
Valutazione e gestione dei costi nelle aziende
- 12 CFU 60 ORE***

Orario lezioni Prof. Alessandro Marelli

- Lunedì: ore 15.30 - 17.30, Aula 15
- Martedì: ore 15.30 - 17.30, Aula 15
- Mercoledì: ore 8.30 - 10.30, Aula 1
- Inizio 2 ottobre 2023

COSTI DI PRODUZIONE

(come si calcolano i costi?)
DETERMINAZIONE DEI COSTI
(cost accounting)

(quali sono le cause dei costi?)
GESTIONE DEI COSTI
(cost management)

PROGRAMMA

Unità didattica 1 (UD1): Introduzione al cost accounting e al cost management

- **La contabilità direzionale e i costi aziendali.**
- **La relazione tra struttura dei costi e redditività.**
- **I costi per le decisioni di breve periodo.**
- **I sistemi di calcolo dei costi di prodotto e la contabilità per centri di costo**
- **L' Activity-Based Costing**

LA GESTIONE DEI COSTI

COST MANAGEMENT



Insieme delle azioni svolte dai manager atte a:

soddisfare i clienti e

ridurre e controllare i costi

(Horngren, Foster, Datar, 1998)

PROGRAMMA

Unità didattica 2 (UD2): Approfondimento del cost management

- **Pratiche Ibride Centri di Costo e Activity-Based Costing**
- **Il Time Driven Activity-Based Costing**
- **L'Activity-Based Management**
- **Il cost management per lo sviluppo di prodotti e servizi**
- **Processi innovativi-sostenibili e il costing: il “total cost of ownership”, l'Environmental costing.**
- **Valutazione dei costi nelle aziende dei servizi pubblici e privati**

CORSO DI LAUREA INTERFACOLTA' di Economia

CONTROLLO di GESTIONE - Prof. Alessandro Marelli

AL TERZO PIANO LATO GRAN SASSO fra i ponti blu e giallo

Ricevimento: in presenza – tramite meet

disponibili tramite e-mail per informazioni e sempre per fissare un appuntamento tramite meet e in presenza

E-mail: amarelli@unite.it

AVVISI

<https://meet.google.com/.....>

NB: PER CONTATTI

**CORSO DI LAUREA MAGISTRALE - Scienze delle amministrazioni
INSEGNAMENTO - Valutazione e gestione dei costi nelle aziende - 12 CFU**

Testi per l'esame consigliati



Testi consigliati (a-c)

- a) Cinquini L., *Cost management*, Torino, Giappichelli,
(UD1): cap. I.1/.2/.3/.4/.6; cap. II.1 /.2 /.3/.7; cap. III.2/.4 (escluso approfondimenti sul web); cap. IV.1 /.2; cap. V. 1.
- b) Cinquini L. et al., *Cost management*, Vol. II, Giappichelli, Torino, 2018:
(UD2): cap. I (tutto); cap. II.1 /.2 /.3/.4 no/.7; cap.III; cap. IV.2/.3; cap. V/.2 /.3/.4/.7; cap. VI.1/.2/.4./5./6.; cap. VIII.1/.2; cap. IX. (tutto).
- c) Tre alternative: c.1) Giannetti R., Marelli A., "Il ruolo degli strumenti di cost management nello sviluppo di nuovi prodotti sostenibili", *Management Control*, 2016, vol. 2, pp. 33-68 (il pdf disponibile presso il docente), c.2) ARTICOLO IN INGLESE concordato con il docente, c.3) caso aziendale (consigliato per gli studenti lavoratori)..

**CORSO DI LAUREA MAGISTRALE - Scienze delle amministrazioni
INSEGNAMENTO - Valutazione e gestione dei costi nelle aziende - 12 CFU**

• Testi di approfondimento

- Marelli A., *Le aziende di servizi ambientali. Analisi dei costi per la gestione ecologica dei rifiuti solidi urbani*, Giappichelli, Torino, 2005: cap. III.
- Pitzalis A., Tenucci A., (a cura di), *Strumenti per l'analisi dei costi. Esercizi e casi di cost accounting*, Giappichelli, Torino, 2007, dal 2016 disponibile solo in formato pdf - ISBN 978•88•9215905•1.
- Marelli, A., Tenucci, A., (2019), *Costing e pricing nella Service Economy*, Franco Angeli, Milano.



***CORSO DI LAUREA MAGISTRALE - Scienze delle amministrazioni
INSEGNAMENTO - Valutazione e gestione dei costi nelle aziende - 12 CFU***

Per seguire ...

- ▶ Portare la calcolatrice a lezione sempre
- ▶ Svolgere a casa Esercizi svolti in classe
- ▶ Discussione su casi aziendali
- ▶ Studio sul libro: alla fine di ogni argomento indicazione delle parti da studiare
- ▶ No lucidi, attenzione agli appunti di altri colleghi o anni passati!
- ▶ Iscrizione test di autovalutazione (???)
- ▶ Puntualità dopo le pause

***CORSO DI LAUREA MAGISTRALE - Scienze delle amministrazioni
INSEGNAMENTO - Valutazione e gestione dei costi nelle aziende - 12 CFU***

- ▶ **PROVE INTERMEDIE**
- ▶ **Test di autovalutazione:**
- ▶ **Il test di autovalutazione sarà nella prima decade del mese novembre.**

Test di autovalutazione

- **Domande chiuse e aperte e prove numeriche**

Prova d'esame

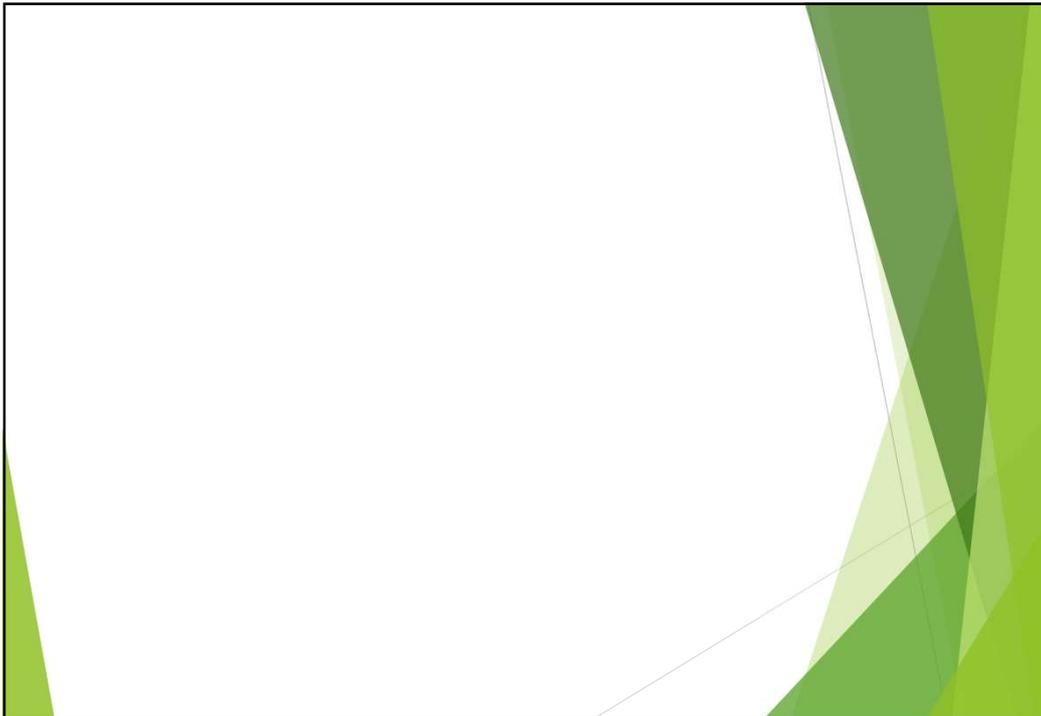
- **Domande orali e discussione di casi aziendali**

Studenti lavoratori

- ▶ sito del Dipartimento dedicato agli studenti lavoratori.
- ▶ https://www.unite.it/UniTE/Corsi_di_studio_2023_2024/Il_Dipartimento_di_Scienze_politiche_per_gli_studenti_lavoratori
- ▶ L'iniziativa programmata si basa sull'esperienza maturata negli ultimi anni con i tuoi colleghi studenti lavoratori e tiene conto delle peculiarità dell'insegnamento. Inizieremo subito la prima settimana di ottobre in concomitanza con l'inizio delle lezioni in aula.
- ▶ Invierò il link di google meet agli studenti lavoratori che mi chiederanno di partecipare (nel tardo pomeriggio 17.45 circa).
- ▶ Quindi per poter partecipare devi avere i requisiti e devi inviare un email al sottoscritto Poi sarò io ad inviarti il link di meet sulla base della lista il martedì .
- ▶ Per il test di autovalutazione che sarà verso la prima decade di novembre puoi partecipare basta che accedi alla piattaforma e-learning e ti registri {si aprirà verso metà ottobre}.

Grazie per l'attenzione e
Buono studio





Le principali caratteristiche del Cost Management (CM) (I)

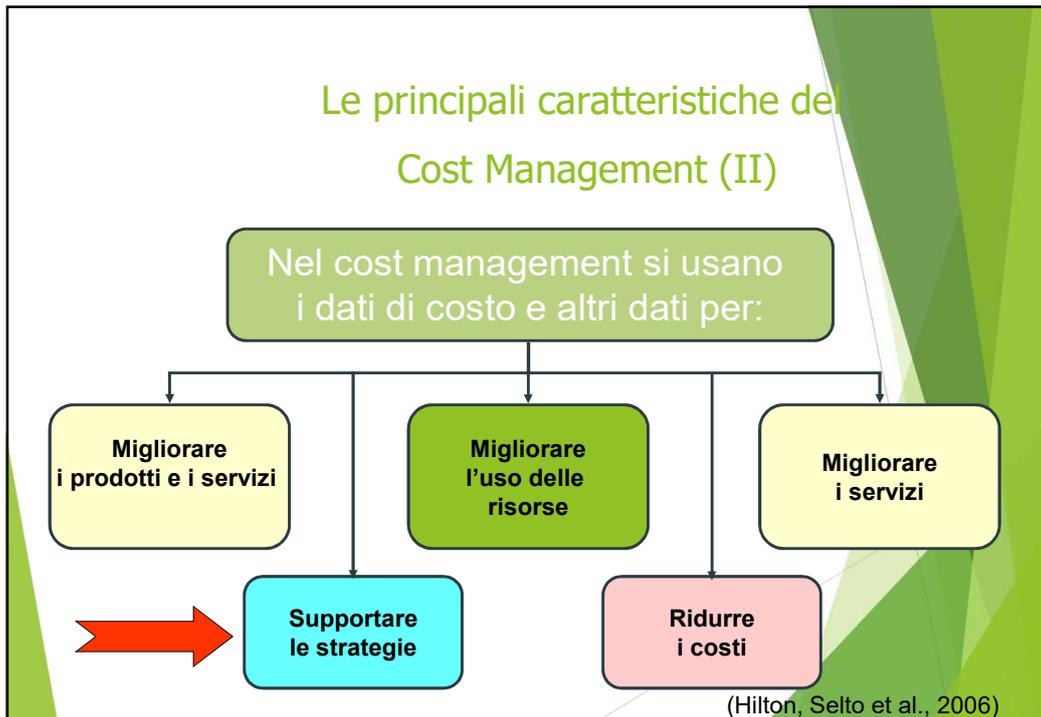
Che cos'è il Cost Management?

Oltre a determinare e comunicare i costi (reporting), il CM è una filosofia, un approccio alla gestione e un insieme di tecniche per creare più valore per il cliente a costi più bassi.



(Hilton, Selto et al., 2006)

Le principali caratteristiche del Cost Management (II)



SMA techniques emerging from research

- ▶ Guilding, Cravens & Tayles (2000) defined "SMA techniques" as those techniques demonstrating an orientation as follows:
 - ▶ Environmental (outward-looking)
 - ▶ Long-term (forward-looking)

- Costing
- Customer
- Competitors
- Performance

- 1) ABC/M
- 2) Life Cycle Costing
- 3) Quality Costing
- 4) Target Costing
- 5) Value Chain Costing
- 6) Customer Accounting
- 7) Competitive position monitoring
- 8) Competitor cost assessment
- 9) Competitor performance appraisal based on published financial statements
- 10) Benchmarking
- 11) Integrated performance measurement system

Brief SMA techniques description (1)

1) Activity Based Costing/Management

An approach where costs are allocated to specific activities. The activities require resources and the product/service uses activities.

2) Life Cycle Costing

The appraisal of costs along all the stages of a product or service life. In general these stages may include design, introduction, growth, decline and eventually abandonment.

3) Quality Costing

Identification and control of the costs associated with the creation, identification, repair and prevention of defects. The target is to direct management attention to prioritise quality (in a broader sense as well as safety and environment) problems.

4) Target Costing

A method used during product and process design that involves estimating a cost calculated by subtracting a desired profit margin from an estimated (or market based) price to arrive at a desired production, engineering or marketing cost. The product is then designed to meet that cost.

5) Value Chain Costing

An activity-based approach where costs are allocated to activities required to design, procure, produce, market, distribute and service a product/service along the entire industry value chain. It embraces the consideration of the linkages with suppliers and customers to attain higher efficiency.

17

Brief SMA techniques description (2)

6) Customer Accounting

Analysis directed to appraise profit, sales or costs deriving from customers or customer segments.

7) Competitive position monitoring

The analysis of competitor positions within the industry by assessing and monitoring trends in competitor sales, market share, volume, unit costs and return on sales (ROS). This information can provide a basis for the assessment of a competitor's market strategy.

8) Competitor cost assessment

The provision of regularly scheduled update estimate of a competitor unit cost. Such information could derive from different sources (direct observation, common suppliers or customers or competitors ex-employees).

9) Competitor performance appraisal based on published financial statements

The numerical analysis of a competitor's published financial statements (balance sheets) as a part of an assessment of a competitor's key sources of competitive advantage.

10) Benchmarking

The comparison of company performance to that of an ideal standard.

11) Integrated performance measurement systems

A measurement system which focuses typically on acquiring performance knowledge based on customer requirements and frequently encompasses non-financial measures. These measures imply the monitoring of factors for the attainment of customer satisfaction and competitive advantage.

18