

MODELLO DI PROGRAMMAZIONE DISCIPLINARE PER COMPETENZE **ANNO SCOLASTICO 2020/2021**

INDIRIZZO SISTEMA MODA

CLASSE IV SEZIONE A MODA

DISCIPLINA ECONOMIA E MARKETING DELLE AZIENDE DI MODA

DOCENTE ANNALISA RICARDI

QUADRO ORARIO 3 ORE SETTIMANALI

In riferimento al

- profilo educativo, culturale e professionale (PECUP) e i traguardi formativi attesi per gli Istituti Tecnici e Professionali;
- al Piano Triennale dell'Offerta Formativa dell'Istituto;
- alla Progettazione dipartimentale per Assi;
- alla Programmazione del Consiglio di classe;
- all'analisi della situazione di partenza del gruppo classe;

si presentano le linee progettuali per competenze, abilità e conoscenze del percorso formativo disciplinare così come segue:

1. QUADRO DEGLI OBIETTIVI DI COMPETENZA

ASSE CULTURALE:

- ☐ Asse dei linguaggi
- ☒ Asse storico – sociale
- ☐ Asse matematico
- ☐ Asse scientifico - tecnologico

<p><u>Competenze disciplinari</u> <i>Obiettivi generali di competenza della disciplina definiti all'interno dei Coordinamenti di materia</i></p>	<p>.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Utilizzare i principali concetti relativi all'economia e all'organizzazione dei processi produttivi e dei servizi</i> • <i>Riconoscere e confrontare le possibili strategie aziendali, con particolare riferimento alla strategia di marketing di un'azienda del sistema moda.</i>
---	---

- Individuare i processi della filiera d'interesse e identificare i prodotti intermedi e finali dei suoi segmenti, definendone le specifiche.
- Acquisire una visione sistemica dell'azienda e intervenire nei diversi segmenti della relativa filiera.

ARTICOLAZIONE DELLE COMPETENZE IN ABILITA' E CONOSCENZE

COMPETENZA DI RIFERIMENTO	ABILITA'/CAPACITA'	CONOSCENZE
<ul style="list-style-type: none"> Utilizzare i principali concetti relativi all'economia e all'organizzazione dei processi produttivi e dei servizi 	Saper individuare le diverse tipologie di azienda	Conoscere la definizione di azienda, impresa e gruppi
	Saper definire i principali modelli di organizzazione	Conoscere i modelli organizzativi
	Saper descrivere funzioni, compiti e responsabilità delle funzioni aziendali	Conoscere le funzioni attraverso le quali si articola la gestione dell'azienda
	Saper disegnare un organigramma	Conoscere le modalità di rappresentazione della struttura aziendale
	Sapere distinguere le tipologie contrattuali del commercio e bancarie	Conoscere i contratti commerciali Conoscere i contratti bancari
	Sapere individuare e utilizzare i contratti del sistema moda	Conoscere i contratti del sistema moda
<ul style="list-style-type: none"> Riconoscere e confrontare le possibili strategie aziendali, con particolare riferimento alla strategia di marketing di un'azienda del sistema moda. 	Distinguere gli strumenti per una corretta pianificazione aziendale, per assicurare efficacia, efficienza e flessibilità di gestione nel breve periodo e per pianificare lo sviluppo nel medio-lungo periodo	Conoscere i principali strumenti di programmazione: budget, reporting, analisi degli scostamenti
	Saper individuare gli obiettivi dell'impresa collegandoli a quelli specifici del marketing management	Conoscere le componenti del marketing mix Conoscere la matrice SWOT Conoscere i concetti di missione aziendale e obiettivi

	Saper leggere e schematizzare un piano di marketing	aziendali Conoscere e comprendere la struttura del piano di marketing
• Individuare i processi della filiera d'interesse e identificare i prodotti intermedi e finali dei suoi segmenti, definendone le specifiche.	Saper riconoscere le opportunità della segmentazione del mercato e del posizionamento	Conoscere i concetti di mercato, segmentazione, targeting Conoscere le regole fondamentali per effettuare il posizionamento
• Acquisire una visione sistemica dell'azienda e intervenire nei diversi segmenti della relativa filiera.	<p>Saper individuare le più opportune operazioni di gestione</p> <p>Sapere distinguere le componenti del patrimonio aziendale</p> <p>Saper effettuare analisi di convenienza economica</p> <p>Sapere utilizzare gli strumenti per operare le scelte di gestione del personale, del magazzino, delle vendite e della distribuzione</p>	<p>Conoscere le operazioni di gestione esterne ed internazionale</p> <p>Conoscere il patrimonio, le sue componenti e i suoi indicatori Conoscere l'uso del finanziamento</p> <p>Conoscere il risultato economico di gestione Conoscere gli strumenti di analisi dei costi</p> <p>Conoscere la struttura del contratto di lavoro subordinato Conoscere la contabilità di magazzino e la valutazione delle rimanenze</p> <p>Conoscere i concetti di prodotto, prezzo, distribuzione e promozione</p>

2. CONTENUTI DEL PROGRAMMA

Modulo 1. Strutture organizzative aziendali

Unità 1 L'azienda come sistema

- Classificazione
- Soggetto giuridico e soggetto economico

Unità 2 La struttura organizzativa aziendale

- Gli organi dell'azienda
- La relazione tra gli organi aziendali
- La rappresentazione della struttura organizzativa

Unità 3. I principali modelli macrostrutturali

- La struttura polifunzionale
- La struttura multidivisionale
- La struttura a matrice

Unità 4 . La variabili organizzative

- Il sistema di pianificazione e controllo
- Il sistema informativo
- Il sistema di coordinamento delle attività
- Il sistema di gestione del personale
- Lo stile di direzione

Modulo 2. I principali contratti commerciali e bancari - I contratti del sistema moda

Unità 1. Il contratto in generale

- Definizione e classificazione
- Elementi essenziali del contratto
- Elementi accessori del contratto

Unità 2. I principali contratti tipici

- La compravendita
- La locazione
- Il mandato

Unità 3. I contratti commerciali

- Il contratto estimatorio
- La somministrazione
- L'appalto
- Il trasporto, in particolare il trasporto di cose
- L'agenzia
- Il contratto di assicurazione
- La subfornitura

Unità 3. I contratti atipici

- Leasing
- Factoring
- Franchising

Unità 4 I contratti bancari

- Il deposito bancario
- Il conto corrente bancario
- L'apertura di credito
- Lo sconto

Unità 5. I contratti del sistema moda

- Licenza
- Agenzia
- Franchising
- Subfornitura

- Co-branding

Modulo 3. Pianificazione aziendale e pianificazione di marketing

Unità 1. La pianificazione aziendale

- Controllo di gestione
- Budget
- Analisi degli scostamenti
- Reporting

Unità 2. La pianificazione di marketing

- Marketing management
- Marketing mix
- La pianificazione strategica
- il piano di marketing

Modulo 4. Segmentazione e posizionamento

Unità 1. La segmentazione del mercato

- La segmentazione
- Il targeting
- La segmentazione del mercato di consumo

Unità 2. Il posizionamento

- Le regole per il posizionamento
- La mappa di posizionamento
- Identità di marca

Modulo 5. Gestione aziendale, patrimonio aziendale e analisi di convenienza economica

Unità 1. Le operazioni di gestione

- La gestione esterna ed interna
- Patrimonio
- Finanziamenti
- Gli indicatori di struttura del patrimonio

Unità 2. Il risultato economico di gestione

- I cicli dell'attività
- Il recupero degli investimenti
- Equilibri di bilancio
- Esercizio di gestione e reddito

Unità 3. L'analisi dei costi

- Economicità della gestione
- Classificazione dei costituenti
- Analisi del punto di pareggio
- Il margine di contribuzione e le linee di prodotto

Modulo 6. Gestione del personale, del magazzino e delle vendite

Unità 1. La gestione del personale

- L'organizzazione del lavoro
- Il rapporto di lavoro subordinato

- Tipologie contrattuali
- L'esternalizzazione
- L'amministrazione del personale

Unità 2. La gestione del magazzino

- Magazzino e scorte
- Contabilità del magazzino
- La valutazione delle rimanenze

Unità 3. La gestione delle vendite

- Il prodotto
- Il prezzo
- La distribuzione
- La promozione

3. MODULI INTERIDISCIPLINARI

Il Cambiamento come opportunità di progresso

La gestione della pandemia e le necessarie riconversioni industriali: dalla crisi alla riformulazione dei piani di breve e medio periodo. I concetti studiati saranno applicati all'argomento e approfonditi attraverso l'analisi di articoli di giornali, analisi economico statistiche, analisi della comunicazione aziendale

4. METODOLOGIE

X	Lezione frontale
X	Lezione dialogata abbinata ad un metodo induttivo per la trasmissione delle conoscenze
X	Discussione guidata per l'applicazione delle conoscenze e l'acquisizione delle competenze
	Attività di gruppo per il rinforzo delle competenze e l'esercizio di capacità
X	Problem solving
	Attività di <i>tutor</i> in laboratorio
X	Prove scritte strutturate e non strutturate
X	Test e questionari
X	Verifiche orali
	Prove pratiche di laboratorio, individuali e di gruppo
	Relazioni di laboratorio
X	Altro: redazione di contratti, ricerche su siti aziendali ed istituzionali

5.

6. MEZZI DIDATTICI

- ☒ Testo adottato: A. Avolio – Economia e Marketing delle Aziende di Moda – Simone per la scuola
Testi adottati: indicare
- ☐ Eventuali sussidi didattici o testi di approfondimento: indicare
- ☐ Videoproiettore, LIM.
- ☐ Attrezzature e spazi didattici utilizzati: Aula, Laboratorio d'indirizzo e Laboratorio di
- ☐ Appunti del docente
- ☐ Altro: *fac simile* di contratti, *fac simile* di piano di marketing, materiale reperito su siti aziendali ed istituzionali

6. MODALITA' DI VALUTAZIONE E DI RECUPERO

	TIPOLOGIA DI PROVE DI VERIFICA	SCANSIONE TEMPORALE
X	Interrogazione lunga	Numero minimo di verifiche sommative previste per il quadrimestre: 3
	Interrogazione breve	
X	Tema o problema	
X	Prove strutturate	
X	Prove semistrutturate	
	Prove grafiche	
	Prove pratiche	
	Questionario	
X	Relazione	
X	Esercizi	
	Altro	

MODALITÀ DI RECUPERO	MODALITÀ DI APPROFONDIMENTO
X Recupero <i>in itinere</i> ○ Sportello Help (*) ○ Altro: da specificare	Analisi di articoli di giornali, analisi economico statistiche, analisi della comunicazione aziendale attraverso riviste, pubblicità e siti istituzionali
(*) se attivato in base alle disponibilità dell'Istituto	

7. COMPETENZE TRASVERSALI DI CITTADINANZA

Si ricorda che tutte le discipline concorrono alla realizzazione delle competenze chiave dell'obbligo scolastico, competenze qui di sotto elencate

A) COMPETENZE DI CARATTERE METODOLOGICO E STRUMENTALE

1. IMPARARE A IMPARARE:

L'allievo sa organizzare il proprio apprendimento, individuando, scegliendo ed utilizzando varie fonti.

2. PROGETTARE:

L'allievo riesce ad elaborare e realizzare progetti riguardanti lo sviluppo delle proprie attività di studio, utilizzando le conoscenze apprese.

3. RISOLVERE PROBLEMI:

L'allievo è in grado d'individuare le strategie di risoluzione del problema e di definire i passi necessari, di formulare un'ipotesi di soluzione e di verificarne la correttezza.

4. INDIVIDUARE COLLEGAMENTI E RELAZIONI:

L'allievo è in grado d'individuare analogie, differenze e relazioni esistenti tra sistemi diversi.

5. ACQUISIRE E INTERPRETARE LE INFORMAZIONI:

L'allievo è in grado di acquisire ed interpretare l'informazione ricevuta nei diversi ambiti ed attraverso diversi strumenti comunicativi, distinguendo fatti ed opinioni.

B) COMPETENZE DI RELAZIONE E INTERAZIONE

6. COMUNICARE:

La competenza si collega alla capacità di usare un linguaggio appropriato e specifico in ogni singola disciplina e a rappresentare eventi e fenomeni utilizzando schematizzazioni di vario tipo.

7. COLLABORARE E PARTECIPARE:

L'allievo interagisce in gruppo, comprendendo i diversi punti di vista, valorizzando le proprie e le altrui capacità, gestendo la conflittualità, nel riconoscimento del diritto fondamentale degli altri.

C) COMPETENZE LEGATE ALLO SVILUPPO DELLA PERSONA, NELLA COSTRUZIONE DEL SÉ

8. AGIRE IN MODO AUTONOMO E RESPONSABILE:

L'allievo è capace d'attuare un'indagine esplorativa e selettiva autonoma; riesce a collocare la propria esperienza personale in un sistema di regole fondato sul rispetto reciproco dei diritti per il pieno esercizio della cittadinanza.

COMPETENZE CHIAVE PER L'APPRENDIMENTO PERMANENTE – QUADRO DI RIFERIMENTO EUROPEO – RACCOMANDAZIONE 22 MAGGIO 2018

- COMPETENZA ALFABETICO-FUNZIONALE
- COMPETENZA MULTILINGUISTICA
- COMPETENZA MATEMATICA E COMPETENZA IN SCIENZE, TECNOLOGIE E INGEGNERIA
- COMPETENZA DIGITALE COMPETENZA PERSONALE, SOCIALE E CAPACITA' DI IMPARARE A IMPARARE
- COMPETENZA IN MATERIA DI CITTADINANZA
- COMPETENZA IMPRENDITORIALE
- COMPETENZA IN MATERIA DI CONSAPEVOLEZZA ED ESPRESSIONE CULTURALE