

MINISTERO dell'ISTRUZIONE, dell'UNIVERSITÀ e della RICERCA
Istituto Statale Istruzione Superiore "Isaac Newton" VARESE



MODELLO DI PROGRAMMAZIONE DISCIPLINARE PER COMPETENZE
ANNO SCOLASTICO 2019/2020

INDIRIZZO SISTEMA MODA

CLASSE 4 SEZIONE A SISTEMA MODA

DISCIPLINA ECONOMIA E MARKETING DELLE AZIENDE DI MODA

DOCENTE ANNALISA RICARDI

QUADRO ORARIO (n. ore settimanali nella classe) 3

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:

MINISTERO dell'ISTRUZIONE, dell'UNIVERSITÀ e della RICERCA
Istituto Statale Istruzione Superiore "Isaac Newton" VARESE



1. QUADRO DEGLI OBIETTIVI DI COMPETENZA

ASSE CULTURALE:

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

<u>Competenze disciplinari</u> <i>Obiettivi generali di competenza della disciplina definiti all'interno dei Coordinamenti di materia</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produrre testi argomentativi aventi come target riviste di settore. 2. Individuare i processi della filiera d'interesse e identificare i prodotti intermedi e finali dei suoi segmenti, definendone le specifiche. 3. Riconoscere e confrontare le possibili strategie aziendali, con particolare riferimento alla strategia di marketing di un'azienda del sistema moda .
---	---

ARTICOLAZIONE DELLE COMPETENZE IN ABILITA' E CONOSCENZE

COMPETENZA DI RIFERIMENTO	ABILITA'/CAPACITA'	CONOSCENZE
1. Produrre testi argomentativi aventi come target riviste di settore.	Utilizzare mappe di posizionamento per definire la percezione dell'immagine dell'azienda nei confronti della concorrenza da parte del consumatore.	Conoscere i segni distintivi delle aziende di moda. Conoscere gli attributi e i benefici della Marca.
2. Individuare i processi della filiera d'interesse	Riconoscere i rapporti che l'azienda di moda	Conoscere le tipologie di contratti commerciali

<p>e identificare i prodotti intermedi e finali dei suoi segmenti, definendone le specifiche.</p>	<p>instaura con l'ambiente economico, finanziario, legislativo, culturale, demografico, geografico. Individuare le funzioni degli intermediari finanziari nella vita di un'azienda .</p> <p>Individuare i fattori conoscitivi per l'analisi del target di riferimento e utilizzarli per cogliere le opportunità del mercato.</p>	<p>e bancari.</p> <p>Pianificazione aziendale e pianificazione di marketing.</p> <p>Prodotto, prezzo, distribuzione e comunicazione B2B e B2C</p>
<p>3. Riconoscere e confrontare le possibili strategie aziendali, con particolare riferimento alla strategia di marketing di un'azienda del sistema moda .</p>	<p>Saper calcolare il grado di elasticità di un bene.</p> <p>Valutare l'analisi dei costi di produzione aziendale ai fini della determinazione del prezzo.</p> <p>Individuare il corretto canale di distribuzione</p> <p>Saper distinguere e utilizzare gli strumenti di ricerca sul mercato dei beni e dei servizi</p> <p>Individuare gli obiettivi di un'impresa collegando quelli generali con quelli specifici di marketing.</p>	<p>Conoscere gli strumenti predittivi della programmazione di impresa</p> <p>Conoscere vantaggi e svantaggi dei canali distributivi.</p> <p>Conoscere e interpretare le statistiche di settore e i trend di valorizzazione dei prodotti attraverso le ricerche di mercato.</p> <p>Conoscere marketing strategico e marketing operativo.</p> <p>Strategie e processi di segmentazione del mercato.</p>

MINISTERO dell'ISTRUZIONE, dell'UNIVERSITÀ e della RICERCA
Istituto Statale Istruzione Superiore "Isaac Newton" VARESE



	<p>Utilizzare mappe di posizionamento per definire la percezione dell'immagine dell'azienda nei confronti della concorrenza da parte del consumatore.</p> <p>Individuare le strategie di comunicazione pubblicitaria dei prodotti</p> <p>Saper utilizzare i media innovativi per la commercializzazione e la distribuzione del prodotto</p>	<p>Tecniche per la costruzione delle mappe di posizionamento.</p> <p>Tecniche di commercializzazione e promozione dei prodotti</p> <p>Web e E-commerce</p>
--	---	--

2. CONTENUTI DEL PROGRAMMA

L'IMPRESA

Definizione di imprenditore

Tipologie di impresa e suoi rapporti con il macroambiente

La produzione

Il Mercato

La distribuzione

LE RICERCHE DI MERCATO

Concetto di marketing

Ricerche di marketing: tipologie, pianificazione, strumenti

Test di prodotto

Packaging

MINISTERO dell'ISTRUZIONE, dell'UNIVERSITÀ e della RICERCA
Istituto Statale Istruzione Superiore "Isaac Newton" VARESE



Pubblicità
Vendite

MARKETING STRATEGICO
Segmentazione e posizionamento
Piano di marketing

MARKETING OPERATIVO
Prodotto
Prezzo
Pubblicità
Vendita

INTERNET E MARKETING
Il sito internet
L'e-commerce

3. MODULI INTERIDISCIPLINARI

Macroaree: salute e ambiente – Emam: il prodotto T.A. e l'impatto ambientale (marchi Oeko Tex: Ecolabel); progetto Wool4School

4. METODOLOGIE

<input checked="" type="checkbox"/>	Lezione frontale
<input checked="" type="checkbox"/>	Lezione dialogata abbinata ad un metodo induttivo per la trasmissione delle conoscenze
<input checked="" type="checkbox"/>	Discussione guidata per l'applicazione delle conoscenze e l'acquisizione delle competenze

MINISTERO dell'ISTRUZIONE, dell'UNIVERSITÀ e della RICERCA
Istituto Statale Istruzione Superiore "Isaac Newton" VARESE



<input checked="" type="checkbox"/>	Attività di gruppo per il rinforzo delle competenze e l'esercizio di capacità
<input type="checkbox"/>	Problem solving
<input type="checkbox"/>	Attività di tutor in laboratorio
<input checked="" type="checkbox"/>	Prove scritte strutturate e non strutturate
<input checked="" type="checkbox"/>	Test e questionari
<input checked="" type="checkbox"/>	Verifiche orali
<input type="checkbox"/>	Prove pratiche di laboratorio, individuali e di gruppo
<input type="checkbox"/>	Relazioni di laboratorio
<input checked="" type="checkbox"/>	Altro: partecipazione a progetti; ricerche simulate

5. MEZZI DIDATTICI

- ☐ Testi adottati: Hurui – Marketing e distribuzione - editrice San Marco
- ☒ Eventuali sussidi didattici o testi di approfondimento: indicare.
- ☐ Videoproiettore, LIM.
- ☐ Attrezzature e spazi didattici utilizzati: Aula, Laboratorio d'indirizzo, Laboratorio ...
- ☐ Appunti del docente
- ☒ Altro: articoli di giornale; analisi di mercato; ricerche desk, siti aziendali e istituzionali, relazioni;

6. MODALITA' DI VALUTAZIONE E DI RECUPERO

	TIPOLOGIA DI PROVE DI VERIFICA	SCANSIONE TEMPORALE
<input checked="" type="checkbox"/>	Interrogazione lunga	Numero minimo di verifiche sommative previste per il quadrimestre: N. 3 verifiche sommative previste per il
<input type="checkbox"/>	Interrogazione breve	
<input checked="" type="checkbox"/>	Tema o problema	

MINISTERO dell'ISTRUZIONE, dell'UNIVERSITÀ e della RICERCA
Istituto Statale Istruzione Superiore "Isaac Newton" VARESE



<input type="checkbox"/>	Prove strutturate	quadrimestre: verifiche scritte a domanda aperta; verifiche orali, test di fine unità, produzione di relazioni, articoli di giornale, ricerche simulate
<input checked="" type="checkbox"/>	Prove semistrutturate	
<input type="checkbox"/>	Prove grafiche	
<input type="checkbox"/>	Prove pratiche	
<input checked="" type="checkbox"/>	Questionario	
<input type="checkbox"/>	Relazione	
<input type="checkbox"/>	Esercizi	
<input checked="" type="checkbox"/>	Altro verifiche scritte a domande aperte	

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.

MINISTERO dell'ISTRUZIONE, dell'UNIVERSITÀ e della RICERCA
Istituto Statale Istruzione Superiore "Isaac Newton" VARESE



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