

**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 5 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

<p><b><u>Competenze disciplinari</u></b></p> <p><i>Obiettivi generali di competenza della disciplina definiti all'interno dei Coordinamenti di materia</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produrre testi argomentativi aventi come target riviste di settore.</li> <li>• Individuare i processi della filiera d'interesse e identificare i prodotti intermedi e finali dei suoi segmenti, definendone le specifiche.</li> <li>• Acquisire una visione sistemica dell'azienda e intervenire nei diversi segmenti della relativa filiera.</li> <li>• Riconoscere e confrontare le possibili strategie aziendali, con particolare riferimento alla strategia di marketing di un'azienda del sistema moda.</li> <li>• Utilizzare i principali concetti relativi all'economia e all'organizzazione dei processi produttivi e dei servizi</li> </ul>
--	---

### **ARTICOLAZIONE DELLE COMPETENZE IN ABILITA' E CONOSCENZE**

COMPETENZA DI RIFERIMENTO	ABILITA'/CAPACITA'	CONOSCENZE
---------------------------	--------------------	------------

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



<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produrre testi argomentativi aventi come target riviste di settore;</li> <li>• Individuare i processi della filiera d'interesse e identificare i prodotti intermedi e finali dei suoi segmenti, definendone le specifiche;</li> <li>• acquisire una visione sistemica dell'azienda e intervenire nei diversi segmenti della relativa filiera;</li> <li>• utilizzare i principali concetti relativi all'economia e all'organizzazione dei processi produttivi e dei servizi</li> </ul>	<p>Saper classificare le imprese operanti nel settore tessile in Italia e descrivere i differenti settori produttivi</p> <p>Saper individuare il profilo dei subfornitori</p> <p>Saper utilizzare le variabili di segmentazione del mercato</p> <p>Saper individuare i cambiamenti nei modelli di consumo</p> <p>Saper applicare le ricerche di mercato per individuare i bisogni dei consumatori ed elaborare le opportune strategie di marketing</p> <p>Saper analizzare la composizione del patrimonio aziendale e la relazione tra investimenti e finanziamenti.</p> <p>Saper effettuare calcoli per analisi di convenienza economica.</p> <p>Saper scegliere i giusti canali distributivi Saper organizzare il punto vendita</p>	<p>Conoscere il settore tessile italiano e il prodotto TA</p> <p>Conoscere i mercati secondo i modelli dei bisogni</p> <p>Conoscere i modelli di mercato</p> <p>Conoscere i bisogni dei consumatori</p> <p>Conoscere le strategie vincenti di fidelizzazione</p> <p>Struttura del patrimonio aziendale. Budget e costi.</p> <p>Analisi di convenienza economica.</p> <p>Conoscere i canali distributivi tradizionali ed emergenti</p>
--	---	---

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



<p>Riconoscere e confrontare le possibili strategie aziendali, con particolare riferimento alla strategia di marketing di un'azienda del sistema moda</p>	<p>Saper utilizzare i nuovi media per la commercializzazione del prodotto.</p> <p>Operare scelte in relazione a tipologia, caratteristiche, prezzo, modalità di distribuzione e promozione del prodotto.</p> <p>Comprendere e redigere un piano di marketing.</p> <p>Saper collegare brand, distribuzione e comunicazione</p> <p>Saper riconoscere nel brand i valori immateriali e simbolici ed attuare adeguate strategie di comunicazione</p> <p>Saper misurare la customer satisfaction</p>	<p>Conoscere le mansioni del Trade marketing manager</p> <p>Conoscere il visual merchandising e l'utilizzo di internet come strumento di relazione e vendita</p> <p>Conoscere i tre livelli che compongono il prodotto</p> <p>Conoscere gli elementi che concorrono a definire il prezzo del prodotto</p> <p>Conoscere gli elementi essenziali di una strategia distributiva</p> <p>Conoscere gli elementi costitutivi del Relation marketing</p>
---	---	---

**2. CONTENUTI DEL PROGRAMMA**

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



**MODULO 1: Modalità e norme di concorrenza sui mercati di settore**

**1. L'impresa tessile italiana e il prodotto moda.**

Il settore tessile in Italia. I modelli di impresa delle PMI. La subfornitura. La fidelizzazione delle imprese terziste. La filiera produttiva. I cluster territoriali e il mondo globale. Il tessile e l'industria della moda. Il prodotto moda: Le PMI e la moda

**2. I mercati di consumo e i bisogni del consumatore.**

Il prezzo e la segmentazione del mercato. La piramide di Maslow e l'abbigliamento. Il consumatore e i suoi bisogni: Adeguamento della domanda: opportunità di mercato. Il mercato e le identità di prodotto delle PMI

**3. Il marketing e le ricerche per vincere la concorrenza.**

Il marketing nell'ottica imprenditoriale. Le ricerche di mercato. Le ricerche sulle vendite. Analisi qualitativa e ricerca azione. La filiera integrata a rete per vincere la concorrenza. La pianificazione aziendale mediante matrice SWOT

**MODULO 2: Il Marketing operativo**

**1. Il marketing mix.**

La strategia aziendale. Il prodotto. Il prezzo. La distribuzione. La comunicazione

**2. Il brand e gli strumenti di comunicazione.**

Il marchio, la marca e la Griffe. La marca e la classificazione del settore moda. Il brand. L'identità di marca e il prodotto moda. La marca e la comunicazione integrata. Brand portfolio e brand mix. Le professionalità legate al brand

**3. Il marketing relazionale.**

Comunicare con il consumatore. Relationship marketing. Il venditore: un uomo di marketing. Lo shopping esperienziale e l'atmosfera del punto vendita. Tipologie di clienti (modello Success Insight). Il marketing a misura d'uomo. La customer satisfaction. (modello Servqual)

**MODULO 3: Forme di distribuzione, commercializzazione e vendita**

**1. Il trade marketing.**

La distribuzione: una fase strategica. La scelta del canale distributivo. Il canale diretto. Il canale indiretto. I canali distributivi emergenti. La distribuzione e i servizi core e non core.

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



Il marketing della distribuzione. Il trade marketing manager

2. Il visual merchandising.

Il merchandising. Il ruolo del visual merchandising nel pv moda. L'operatività del visual merchandising.

L'assortimento del punto vendita. Organizzazione del layout del punto vendita. L'esposizione della merce. La realizzazione della comunicazione esterna del punto vendita. Le strategie di un retail eccellente.

3. Le ICT (Information and Communication Technology)

I new media. Il web marketing. Internet come distribuzione. Internet come strumento di comunicazione

(newsletter). Internet come relazione (I blog e i fashion blogger). Internet come business to business. Le nuove tecnologie

### **3. MODULI INTERIDISCIPLINARI**

Macroarea: Il Tessuto come espressione di una società; Nuove tecnologie per una produzione ecosostenibile; Strategie di promozione e comunicazione; 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
<input type="checkbox"/>	Attività di gruppo per il rinforzo delle competenze e l'esercizio di capacità
<input checked="" 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

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



<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: ricerche desk, siti aziendali e istituzionali, relazioni, redazione del piano di marketing

**5. MEZZI DIDATTICI**

- ☒ Testi adottati: Grandi – Marketing, distribuzione e presentazione del prodotto T.A.
- ☒ Eventuali sussidi didattici o testi di approfondimento: indicare.
- ☐ Videoproiettore, LIM.
- ☐ Attrezzature e spazi didattici utilizzati: Aula, Laboratorio d'indirizzo, Laboratorio ...
- ☐ Appunti del docente
- ☐ Altro: da specificare

**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 quadrimestre: verifiche scritte a domanda aperta; verifiche orali, test di fine unità, produzione di relazioni, articoli di giornale, redazione piano di marketing.
<input checked="" type="checkbox"/>	Interrogazione breve	
<input type="checkbox"/>	Tema o problema	
<input type="checkbox"/>	Prove strutturate	
<input checked="" type="checkbox"/>	Prove semistrutturate	
<input type="checkbox"/>	Prove grafiche	
<input checked="" type="checkbox"/>	Prove pratiche	
<input checked="" type="checkbox"/>	Questionario	

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



<input checked="" type="checkbox"/>	Relazione
<input type="checkbox"/>	Esercizi
<input checked="" type="checkbox"/>	Altro ricerche desk, siti aziendali e istituzionali, relazioni, redazione piano di marketing

## **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.



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



**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