|  |
| --- |
| ***Premessa:*** |
| La disciplina “Economia, marketing e azienda moda” concorre a far conseguire allo studente al termine del percorso di studi i seguenti risultati di apprendimento relativi al profilo educativo, culturale e professionale dello studente (PECUP):   * utilizzare i linguaggi settoriali delle lingue straniere previste dai percorsi di studio per interagire in diversi ambiti e contesti di studio e di lavoro; * utilizzare le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio, ricerca e approfondimento disciplinare; * saper interpretare il proprio autonomo ruolo nel lavoro di gruppo; * intervenire nelle diverse fasi e livelli del processo produttivo, dall’ideazione alla realizzazione del prodotto, per la parte di propria competenza, utilizzando gli strumenti di progettazione, documentazione e controllo; * riconoscere e applicare i principi dell’organizzazione, della gestione e del controllo dei diversi processi produttivi; * riconoscere gli aspetti di efficacia, efficienza e qualità nella propria attività lavorativa.   COMPETENZE DISCIPLINARI   * produrre testi argomentativi aventi come target riviste di settore; * 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; * riconoscere e confrontare le possibili strategie aziendali, con particolare riferimento alla strategia di marketing di un’azienda del sistema moda; * utilizzare i principali concetti relativi all'economia e all'organizzazione dei processi produttivi e dei servizi.   La metodologia utilizzata sarà strettamente connessa all'individuazione degli obiettivi e dei contenuti; di particolare importanza è la scelta delle strategie operative e dei mezzi più idonei alla realizzazione del processo di apprendimento da parte degli alunni. In tale ottica, gli strumenti della mediazione didattica terranno conto del contesto e assicureranno la sostenibilità delle attività proposte e un generale livello di inclusività.  Per quanto non espressamente esplicitato si fa riferimento ai Verbali di dipartimento ratificati dal Collegio dei Docenti per il corrente anno scolastico (standard di valutazione, verifica trasversale per “Assi culturali” e classi parallele, attività interdisciplinari, visite, viaggi, sopralluoghi aziendali, attività formative extracurricolari, P.T.O.F.) |

|  |
| --- |
| **MODULO 1 : PREREQUISITI DI ECONOMIA AZIENDALE Periodo: OTTOBRE - NOVEMBRE** |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Competenze disciplinari** | **Livelli di apprendimento** | **Conoscenze** | **Abilità** | **Indicazioni**  **Metodologiche** | **Attività e Verifiche** |
| Individuare gli aspetti generali dell’attività economica.  Capire il concetto d’impresa.  Capire il concetto di contratto.  Saper utilizzare grafici e tabelle.  Riconoscere le caratteristiche essenziali del sistema socioeconomico per orientarsi nel tessuto produttivo del proprio territorio. | **A - Livello di apprendimento avanzato** | Conoscere i fondamenti dell’attività economica, il concetto di impresa e di organizzazione aziendale.  Conoscere gli elementi essenziali e accessori della compravendita.  Conoscere le tecniche del calcolo proporzionale e del calcolo percentuale. | Saper definire e riconoscere le fasi dell’attività economica.  Saper identificare le attività svolte dalle funzioni aziendali e i collegamenti tra esse.  Riconoscere le fasi el contratto di compravendita.  Costruire grafici e tabelle. | Lezione dialogata.  Problem solving e lavoro individuale e/o di gruppo.  Esercitazioni individuali e/o di gruppo | Interrogazione individuale  Verifica formativa  Prove pratiche  La valutazione quadrimestrale sarà espressa con voto unico e terrà conto, anche, dell’impegno, del comportamento, della partecipazione e dell’interesse mostrati da ogni allieva durante le lezioni. |
| **B - Livello di apprendimento intermedio** | Conoscere i bisogni e i beni economici.  Conoscere i caratteri e le fasi della compravendita.  Conoscere vari tipi di tabelle e grafici | Saper individuare e classificare i bisogni, i beni e i servizi.  Saper riconoscere le fasi dell’attività economica.  Saper interpretare grafici e tabelle. |
| **C - Livello di apprendimento base** | Conoscere la definizione di beni e bisogni.  Conoscere la definizione di beni economici e servizi  Definizione del contratto di compravendita e individuazione degli obblighi del compratore e del venditore.  Conoscere tabelle e grafici. | Saper classificare i bisogni e distinguerli dai desideri.  Saper classificare i beni e i servizi.  Saper individuare gli elementi essenziali del contratto.  Saper leggere un grafico e una tabella. |

|  |
| --- |
| **MODULO 2 : IL SISTEMA MODA Periodo: DICEMBRE - FEBBRAIO** |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Competenze disciplinari** | **Livelli di apprendimento** | **Conoscenze** | **Abilità** | **Indicazioni**  **Metodologiche** | **Attività e Verifiche** |
| Individuare le figure chiave del sistema economico.  Conoscere le varie tipologie di aziende.  Saper riconoscere le attività d’impresa.  Riconoscere le produzioni tradizionali del territorio e valorizzarle dal punto di vista creativo e tecnico. | **A - Livello di apprendimento avanzato** | Conoscere il sistema moda, l’organizzazione delle imprese del settore moda e i modelli di business.  Conoscere i principali cicli del settore moda, le varie imprese che fanno parte del settore abbigliamento, i settori che compongono la filiera del tessile – abbigliamento. | Saper classificare le imprese e i modelli di business del settore tessile – abbigliamento.  Saper cogliere i principali vantaggi e svantaggi di ciascuno dei diversi cicli operativi che caratterizzano il settore abbigliamento a livello nazionale e internazionale. | Lezione dialogata.  Problem solving e lavoro individuale e/o di gruppo.  Esercitazioni individuali e/o di gruppo | Interrogazione individuale  Verifica formativa  Prove pratiche  La valutazione quadrimestrale sarà espressa con voto unico e terrà conto, anche, dell’impegno, del comportamento, della partecipazione e dell’interesse mostrati da ogni allieva durante le lezioni. |
| **B - Livello di apprendimento intermedio** | Conoscere il sistema moda, l’organizzazione delle imprese del settore moda, le varie imprese che fanno parte del settore abbigliamento. | Saper classificare le imprese del settore tessile- abbigliamento.  Saper individuare criticamente i modelli di business.  Saper cogliere l’importanza dell’interazione tra i diversi attori che fanno parte della filiera del settore tessile- abbigliamento. |
| **C - Livello di apprendimento base** | Conoscere il concetto di “sistema moda”.  Conoscere i principi che regolano le imprese del settore moda.  Conoscere il concetto di filiera.  Conoscere alcune imprese del settore abbigliamento. | Saper identificare le imprese del settore tessile – abbigliamento.  Saper identificare i principali caratteri distintivi delle imprese che fanno parte del settore tessile - abbigliamento |

|  |
| --- |
| **MODULO 3: INTRODUZIONE AL MARKETING Periodo: MARZO - GIUGNO** |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Competenze disciplinari** | **Livelli di apprendimento** | **Conoscenze** | **Abilità** | **Indicazioni**  **Metodologiche** | **Attività e Verifiche** |
| Individuare le tendenze dei mercati locali.  Inquadrare l’attività di marketing nel ciclo di vita aziendale.  Realizzare applicazioni con riferimento a specifici contesti e diverse politiche di mercato | **A - Livello di apprendimento avanzato** | Conoscere il significato di marketing strategico e operativo.    Conoscere i principi guida del marketing.  Conoscere il concetto di ambiente di marketing e la differenza tra macroambiente e microambiente. | Saper riconoscere le strategie competitive di base vigenti sul mercato.  Saper distinguere le attività facenti parte del marketing strategico e operativo.  Saper applicare un modello per descrivere il microambiente di un sistema. | Lezione dialogata.  Problem solving e lavoro individuale e/o di gruppo.  Esercitazioni individuali e/o di gruppo | Interrogazione individuale  Verifica formativa  Prove pratiche  La valutazione quadrimestrale sarà espressa con voto unico e terrà conto, anche, dell’impegno, del comportamento, della partecipazione e dell’interesse mostrati da ogni allieva durante le lezioni. |
| **B - Livello di apprendimento intermedio** | Conoscere il concetto di marketing e di mercato e i due principi guida del marketing.  Conoscere il significato di marketing interno ed esterno. | Saper riconoscere le strategie competitive di base vigenti sul mercato.  Saper riconoscere i fattori del microambiente e del macroambiente. |
| **C - Livello di apprendimento base** | Conoscere il concetto di marketing, di mercato, di ambiente di marketing.  Conoscere il concetto di microambiente e di macroambiente. | Saper riconposcere i vari tipi di mercato.  Saper riconoscere i fattori principali del microambiente e del macroambiente |