|  |
| --- |
| ***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 : INTERPRETARE IL SISTEMA MODA Periodo: OTTOBRE - NOVEMBRE** |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Competenze disciplinari** | **Livelli di apprendimento** | **Conoscenze** | **Abilità** | **Indicazioni**  **Metodologiche** | **Attività e Verifiche** |
| Collocare i principali strumenti economici secondo le corrette coordinate spazio – temporali.  Usare in maniera appropriata il lessico e le categorie interpretative proprie della disciplina.  Rielaborare ed esporre i temi trattati.  Rielaborare ed esporre i temi trattati in modo articolato ed attento.  Utilizzare il lessico delle scienze giuridico - economiche | **A - Livello di apprendimento avanzato** | Conoscere il ciclo della moda, il Made in Italy, la rete di imprese, i cicli operativi nell’abbigliamento.  Conoscere come arrivare al successo del Made in Italy, muovendosi nel mondo dell’economia nazionale e internazionale. | Saper riconoscere i modelli di business delle imprese 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 le associazioni della moda, l’impresa integrata, le imprese del settore abbigliamento e i cicli operativi nell’abbigliamento | Saper classificare le imprese del settore tessile – abbigliamento.  Saper identificare i principali caratteri distintivi delle imprese che fanno parte del settore abbigliamento. |
| **C - Livello di apprendimento base** | Conoscere il concetto di sistema moda, filiera produttiva e i fattori di successo del Made in Italy | Saper cogliere gli elementi essenziali che caratterizzano il sistema moda italiano |

|  |
| --- |
| **MODULO 2: INQUADRARE LE ATTIVITA’ DI MARKETING DELLE IMPRESE MODA Periodo: DICEMBRE - FEBBRAIO** |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Competenze disciplinari** | **Livelli di apprendimento** | **Conoscenze** | **Abilità** | **Indicazioni**  **Metodologiche** | **Attività e Verifiche** |
| Collocare i principali strumenti economici secondo le corrette coordinate spazio – temporali.  Usare in maniera appropriata il lessico e le categorie interpretative proprie della disciplina.  Rielaborare ed esporre i temi trattati.  Rielaborare ed esporre i temi trattati in modo articolato ed attento.  Utilizzare il lessico delle scienze giuridico – economiche. | **A - Livello di apprendimento avanzato** | Conoscere i principi giuda del marketing.  Conoscere l’analisi del posizionamento di un brand nel settore moda.  Conoscere le differenti tipologie di segmentazione utilizzate nel settore moda. | Saper distinguere le attività facenti parte del marketing strategico e operativo.  Saper riconoscere le variabili di segmentazione utilizzate dalle imprese del fashion system | 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 marketing differenziato, indifferenziato, di nicchia.  Conoscere i criteri di segmentazione della domanda nel settore moda.  Conoscere il significato di marketing strategico e operativo | Saper riconoscere le strategie competitive di base vigenti sul mercato.  Saper valutare i segmenti e individuare il mercato obiettivo. |
| **C - Livello di apprendimento base** | Conoscere il concetto di marketing, mercato e mercato obiettivo.  Conoscere il concetto di segmentazione, targeting e posizionamento | Saper riconoscere i vari tipi di mercato.  Saper distinguere le strategie di posizionamento. |

|  |
| --- |
| **MODULO 3 : APPLICARE GLI STRUMENTI AL MARKETING OPERATIVO Periodo: MARZO - GIUGNO** |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Competenze disciplinari** | **Livelli di apprendimento** | **Conoscenze** | **Abilità** | **Indicazioni**  **Metodologiche** | **Attività e Verifiche** |
| Collocare i principali strumenti economici secondo le corrette coordinate spazio – temporali.  Usare in maniera appropriata il lessico e le categorie interpretative proprie della disciplina.  Rielaborare ed esporre i temi trattati.  Rielaborare ed esporre i temi trattati in modo articolato ed attento.  Utilizzare il lessico delle scienze giuridico – economiche. | **A - Livello di apprendimento avanzato** | Conoscere le caratteristiche del prodotto moda, il suo ciclo di vita e le fasi dello sviluppo di una collezione.  Conoscere i fattori che influiscono sulla politica dei prezzi.  Conoscer la struttura dei canali distributivi.  Conoscere le strategie comunicative. | Saper analizzare il portafoglio prodotti di un’impresa.  Saper suggerire strategie di prezzo adeguate in caso di nuovi prodotti o particolari situazioni di mercato.  Saper analizzare criticamente immagini pubblicitarie e proporre soluzioni alternative | 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 vari elementi che compongono il product mix.  Conoscere il concetto di prezzo secondo il marketing operativo.  Conoscere la struttura dei canali distributivi | Saper interpretare un grafico del ciclo di vita di un prodotto.  Saper interpretare il prezzo come variabile del marketing mix,  Saper individuare le funzioni svolte da ciascun intermediario. |
| **C - Livello di apprendimento base** | Conoscere il concetto di prodotto moda, prezzo e costo di produzione, distribuzione e promozione. | Saper individuare le caratteristiche di un marchio.  Saper valutare il prezzo di un prodotto.  Saper riconoscere le varie figure di intermediario. |