

ISTITUTO - ISTRUZIONE - SUPERIORE



"Ignazio PORRO"

Viale Kennedy, 30 - 10064 - PINEROLO (TO)

Telefono 0121-391311

C.F. 94540190017 - IPA UF6T0E

porro@porropinerolo.edu.it - porro@pec.porropinerolo.edu.it

<https://www.porropinerolo.edu.it>



FONDI STRUTTURALI EUROPEI

tois01400d@istruzione.it - tois01400d@pec.istruzione.it



PIANO DI LAVORO ANNUALE INDIVIDUALE
ANNO SCOLASTICO 2023-2024

DOCENTE
Prof.ssa Galati Antonella

DISCIPLINA
Economia e marketing delle aziende della moda

CLASSE	SEZIONE
5 A	Moda

LA PROGRAMMAZIONE INDIVIDUALE SI RIFA' A QUANTO STABILITO DAL PIANO DELL'OFFERTA FORMATIVA (P.T.O.F.) PER:

- FINALITA'
- OBIETTIVI EDUCATIVI GENERALI E TRASVERSALI
- CRITERI GENERALI DI VALUTAZIONE
- ORIENTAMENTO CULTURALE E PROFESSIONALE
- RAPPORTI CON LE FAMIGLIE
- RAPPORTI CON IL TERRITORIO

A QUANTO STABILITO NELLA PROGRAMMAZIONE DEL DIPARTIMENTO PER:

- FINALITA' E OBIETTIVI DISCIPLINARI (in termini di conoscenze e capacità')
- TIPOLOGIA E NUMERO DELLE PROVE
- CRITERI DI VALUTAZIONE
- STRUMENTI DI LAVORO (LIBRI DI TESTO, ATTREZZATURE ..)
- RAPPORTI INTERDISCIPLINARI

In relazione alla programmazione curricolare, tenendo conto della situazione di partenza della classe, degli accordi presi in sede di Dipartimento di Disciplina e di Consiglio di Classe, si prevede il conseguimento dei seguenti:

OBIETTIVI	<ul style="list-style-type: none">- Conoscere il concetto di segmentazione del mercato.- Conoscere il concetto di targeting- Conoscere il concetto di posizionamento e mappa di posizionamento- Conoscere le diverse operazioni di gestione.- Conoscere i concetti di patrimonio, investimento e finanziamento- Conoscere i diversi aspetti della gestione aziendale.- Aver interiorizzato i concetti di equilibrio reddituale, patrimoniale e finanziario di un'azienda.
------------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> - Conoscere gli strumenti e le tecniche per determinare il reddito di esercizio - Aver compreso le dinamiche di gestione del personale. - Avere chiari i concetti di marketing, marketing mix e piano di marketing - Conoscere il concetto di canale distributivo. - Conoscere la differenza tra canale distributivo diretto e indiretto.
CONOSCENZE	<ul style="list-style-type: none"> - Attività di segmentazione del settore dell'abbigliamento. Il processo di posizionamento. - Le operazioni di gestione; il risultato economico; l'economicità della gestione e l'analisi dei costi - La gestione del personale: formazione del contratto di lavoro subordinato e tipologie contrattuali attualmente esistenti; la retribuzione, i contributi, l'assicurazione per gli infortuni sul lavoro e malattie professionali, la busta paga e il trattamento di fine rapporto. La gestione del magazzino: trasporto, acquisti, controllo delle scorte, stoccaggio e distribuzione delle merci. La gestione delle vendite: dalla funzione del marketing alle strategie distributive
COMPETENZE	<ul style="list-style-type: none"> - Individuare i fattori conoscitivi per l'analisi del target di riferimento e utilizzarli per cogliere le opportunità del mercato - Comprendere l'importanza dell'attività di posizionamento. - Utilizzare mappe di posizionamento per definire la percezione dell'immagine dell'azienda nei confronti della concorrenza da parte del consumatore - Fornire gli strumenti di analisi dell'attività aziendale al fine di comprendere come le persone ed i beni si combinano per il raggiungimento delle finalità aziendali. - Far acquisire i concetti di base relativi alle diverse operazioni di gestione. - Conoscere la struttura del patrimonio aziendale. - Trasferire gli elementi tecnici, finanziari ed economici della gestione al fine di analizzarli e misurare la capacità dell'azienda di raggiungere risultati prefissati. - Acquisire i concetti di esercizio, periodo amministrativo e reddito di esercizio - Fornire gli elementi, le tecniche e gli strumenti adeguati al fine di comprendere come l'azienda possa sopravvivere nel medio-lungo periodo. - Acquisire le svariate configurazioni di costo per ottimizzare l'analisi di economicità della gestione - Conoscere le modalità di formazione del contratto di lavoro subordinato. - Individuare i soggetti del rapporto scaturente dal contratto di lavoro ed i relativi diritti, poteri ed obblighi - Conoscere l'importanza della logistica nella vita di un'azienda. - Essere consapevoli che la gestione del magazzino non si limita alla semplice amministrazione dei flussi dei prodotti in entrata e in uscita. - Saper riconoscere i costi finanziari, gli oneri di gestione e i rischi che la gestione del magazzino comporta. - Essere in grado di operare delle scelte in relazione a tipologia, caratteristiche, prezzo, modalità di distribuzione e promozione del prodotto - Essere consapevoli del percorso che il prodotto moda compie prima di giungere al consumatore finale

Obiettivi minimi:

- Conoscere il concetto di segmentazione del mercato, targeting e posizionamento
- Conoscere le diverse operazioni di gestione e i concetti di patrimonio, investimento e finanziamento.
- Conoscere i concetti di equilibrio reddituale, patrimoniale e finanziario di un'azienda.
- Conoscere gli strumenti per determinare il reddito di esercizio
- Aver compreso le dinamiche di gestione del personale.
- Conoscere i concetti di marketing, marketing mix e piano di marketing
- Conoscere il concetto di canale distributivo e la differenza tra canale distributivo diretto e indiretto.

Competenze minime:

- Individuare i fattori conoscitivi per l'analisi del target di riferimento e utilizzarli per cogliere le opportunità del mercato
- Comprendere l'importanza dell'attività di posizionamento..
- Far acquisire i concetti di base relativi alle diverse operazioni di gestione.
- Conoscere la struttura del patrimonio aziendale.
- Acquisire i concetti di esercizio, periodo amministrativo e reddito di esercizio.
- Acquisire le svariate configurazioni di costo per ottimizzare l'analisi di economicità della gestione
- Conoscere le modalità di formazione del contratto di lavoro subordinato.
- Individuare i soggetti del rapporto scaturente dal contratto di lavoro ed i relativi diritti, poteri ed obblighi
- Conoscere l'importanza della logistica nella vita di un'azienda.
- Saper riconoscere i costi finanziari, gli oneri di gestione e i rischi che la gestione del magazzino comporta.

- Essere in grado di operare delle scelte in relazione a tipologia, caratteristiche, prezzo, modalità di distribuzione e promozione del prodotto
- Essere consapevoli del percorso che il prodotto moda compie prima di giungere al consumatore finale

CONTENUTI DISCIPLINARI

Esposti per:

- Moduli

MODULI DIDATTICI / UDA / PERCORSO FORMATIVO

Titolo	Contenuti	Tempi (periodi indicativi di realizzazione)
Percorso G: - La segmentazione del mercato e il posizionamento	- Lezione 1: Scelte di segmentazione del mercato - Lezione 2: Il processo di posizionamento	I quadrimestre
Percorso H: - Gestione aziendale, patrimonio aziendale e analisi di convenienza economica	- Lezione 1: Le operazioni di gestione - Lezione 2: Il risultato economico della gestione - Lezione 3: L'economicità della gestione e l'analisi dei costi	I - II quadrimestre
Percorso I: - Gestione del personale, del magazzino e delle vendite	- Lezione 1: La gestione del personale - Lezione 2: La gestione del magazzino - Lezione 3: La gestione delle vendite - Lezione 4: Il processo di vendita e distribuzione nel settore della moda	II quadrimestre

Per Ed. Civica si affronteranno argomenti individuati in sede di Dipartimento di Disciplina e di Consiglio di Classe.

ATTIVITÀ DI RECUPERO

Secondo i tempi di apprendimento della classe e secondo le carenze evidenziate dall'insegnante, saranno utilizzati i seguenti strumenti:

- Corsi di recupero in itinere
- Peer education e tutoring
- Materiale aggiuntivo
- Promozione della conoscenza e dell'utilizzo dei mediatori didattici facilitanti l'apprendimento (schemi, mappe, tabelle, immagini, video, cd didattici,)
- Guida al riconoscimento dei propri errori e quindi all'autocorrezione

ATTIVITÀ DI POTENZIAMENTO

Per la valorizzazione delle eccellenze, si prevede di individuare le seguenti attività formative:

- Tutoring
- Percorsi autonomi di approfondimento

I metodi, le strategie e gli strumenti fanno riferimento anche al Piano per didattica digitale integrata, allegato al PTOF

METODI DELL'INSEGNAMENTO

- Lezione frontale, interattiva, dialogata
- Cooperative learning
- Attività di recupero
- Utilizzo tecnologie digitali
- Promozione della conoscenza e dell'utilizzo dei mediatori didattici facilitanti l'apprendimento (schemi, mappe, tabelle, immagini, video, cd didattici,)
- Utilizzo della LIM per fornire in formato digitale le lezioni

STRUMENTI DELL'INSEGNAMENTO

- Libri di testo
- Appunti
- Materiale multimediale e digitale

TESTI IN ADOZIONE: ECONOMIA E MARKETING DELLE AZIENDE DI MODA - SIMONE PER LA SCUOLA - ALESSANDRA AVOLIO

VALUTAZIONE:

Per la valutazione si terrà conto dei seguenti criteri: situazione di partenza, conoscenza dei contenuti, capacità di analisi, critiche e di sintesi, capacità espressive, impegno, autonomia nel lavoro, competenze informatiche, partecipazione e progresso nel tempo.

Per i criteri di valutazione si veda il curriculum concordato in sede di Dipartimento e contenuto nel PTOF.

STRUMENTI DI VALUTAZIONE:

- Prove semistrutturate
- Verifica a domande aperte
- interrogazioni programmate

TEMPI DELLA VALUTAZIONE

Saranno previste verifiche scritte (MINIMO DUE PER QUADRIMESTRE) al termine di uno o due Moduli, in base al quantitativo e alla difficoltà dei contenuti trattati. In caso di verifiche insufficiente saranno previste interrogazioni orali per permettere il recupero. In base alla disponibilità di tempo, si prevede la correzione delle verifiche insieme al singolo alunno, per favorire il riconoscimento dei propri errori e quindi all'autocorrezione. La valutazione terrà conto della griglia definita in sede di Dipartimento di Disciplina

Data 23/11/2024

Firma

