

# 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>



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



PIANO DI LAVORO ANNUALE INDIVIDUALE  
ANNO SCOLASTICO 2023-2024

<b>DOCENTE</b>
<b>Prof.ssa Galati Antonella</b>

<b>DISCIPLINA</b>
<b>Economia e marketing delle aziende della moda</b>

<b>CLASSE</b>	<b>SEZIONE</b>
<b>4 A</b>	<b>Moda</b>

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:

<b>OBIETTIVI</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Far proprio il concetto di azienda e di tutte le classificazioni che ad essa vengono associate.</li><li>- Essere consapevoli che per funzionare, un'azienda deve avere una organizzazione stabile.</li><li>- Conoscere i concetti di base dell'organizzazione aziendale.</li><li>- Conoscere i diversi criteri di divisione del lavoro e di classificazione degli organi aziendali.</li><li>- Conoscere gli elementi di analisi organizzativa di base.</li><li>- Conoscere le articolazioni e le relazioni esistenti tra i vari organi e le diverse funzioni.</li><li>- La classificazione dei beni giuridici.</li></ul>
------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conoscere la disciplina del contratto in generale e delle obbligazioni</li> <li>- Conoscere le nozioni di tipicità e atipicità dei contratti.</li> <li>- Il contratto di locazione e la sua disciplina.</li> <li>- L'istituto della cessione dei crediti e il contratto di compravendita</li> <li>- Avere acquisito i concetti di credito e di debito.</li> <li>- Conoscere la disciplina dell'impresa.</li> <li>- Conoscere la disciplina del contratto in generale.</li> <li>- Conoscere il concetto di pianificazione aziendale.</li> <li>- Conoscere il concetto di marketing</li> </ul>
<b>CONOSCENZE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- L'attività economica e l'azienda; la struttura organizzativa aziendale; i principali modelli macrostrutturali</li> <li>- I principali contratti tipici; i contratti commerciali; alcuni contratti atipici; i contratti bancari; i contratti del sistema moda</li> <li>- Pianificazione aziendale: Configurazione di una futura impresa, delle sue strategie, delle sue risorse, procedure e programmi per conseguire gli obiettivi prefissati. Pianificazione di marketing: concetto di marketing management, di pianificazione strategica e di piano di marketing</li> </ul>
<b>COMPETENZE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definire i concetti alla base dell'attività economica di un'azienda.</li> <li>- Fornire gli elementi per poter distinguere le diverse tipologie di aziende.</li> <li>- Far comprendere il ruolo dell'imprenditore all'interno di un'impresa.</li> <li>- Definire i principali contenuti dell'organizzazione.</li> <li>- Individuare le fondamentali funzioni aziendali e le relative responsabilità.</li> <li>- Descrivere le caratteristiche dei compiti e delle mansioni.</li> <li>- Descrivere i principali modelli organizzativi collegandoli alle strategie aziendali.</li> <li>- Fornire una più ampia descrizione dei modelli strutturali.</li> <li>- Trasferire gli strumenti di decisione e di scelta del tipo di struttura organizzativa da adottare.</li> <li>- Conoscere i modelli organizzativi più evoluti scelti dalle aziende strutturate in maniera complessa con più processi produttivi o più linee di prodotto.</li> <li>- Conoscere le modalità attraverso cui i diversi organi si scambiano le informazioni, i dirigenti d'azienda decidono le azioni da intraprendere, i dipendenti sono soggetti alle valutazioni dei loro superiori.</li> <li>- Fornire gli elementi che permettano di scegliere uno stile di direzione idoneo alla struttura organizzativa al fine di ottimizzare i risultati aziendali</li> <li>- Conoscere il concetto di tipicità del contratto.</li> <li>- Definire i contratti di compravendita e i contratti di locazione, mandato e mutuo</li> <li>- Definire i contratti tipici maggiormente diffusi nella prassi commerciale.</li> <li>- Cogliere analogie e differenze delle diverse tipologie contrattuali.</li> <li>- Formulare un contratto nei suoi elementi essenziali, nel rispetto della relativa disciplina.</li> <li>- Conoscere la nozione di contratto atipico.</li> <li>- Individuare i nuovi modelli contrattuali più diffusi in campo commerciale.</li> <li>- Analizzare i caratteri essenziali e le modalità dei principali contratti atipici</li> <li>- Definire il ruolo e l'importanza delle banche nella nostra economia.</li> <li>- Descrivere i caratteri essenziali dei principali contratti bancari.</li> <li>- Conoscere le principali operazioni accessorie svolte dalle banche.</li> <li>- Conoscere il funzionamento del mercato finanziario</li> <li>- Saper distinguere i contratti tipici e atipici del sistema moda in base alle loro caratteristiche</li> <li>- Trasferire i concetti di pianificazione e controllo attraverso strumenti quali il budget, il reporting e l'analisi degli scostamenti fondamentali per assicurare, nel breve periodo, l'efficacia, l'efficienza e la flessibilità della gestione, e nel medio-lungo periodo, la sopravvivenza e lo sviluppo dell'azienda.</li> <li>- Far acquisire la procedura attraverso la quale si arriva alla risultante del controllo di gestione</li> <li>- Individuare gli obiettivi di un'impresa collegando quelli generali con quelli specifici di marketing.</li> <li>- Conoscere le funzioni del marketing management.</li> <li>- Comprendere e redigere un piano di marketing.</li> </ul>

**Obiettivi minimi:**

- Far proprio il concetto di azienda e la sua classificazione..
- Conoscere i concetti di base dell'organizzazione aziendale.
- Conoscere i diversi criteri di divisione del lavoro e di classificazione degli organi aziendali..
- Conoscere le articolazioni e le relazioni esistenti tra i vari organi e le diverse funzioni.
- La classificazione dei beni giuridici.
- Conoscere la disciplina del contratto in generale e delle obbligazioni.

- Conoscere le nozioni di tipicità e atipicità dei contratti.
- Il contratto di locazione e la sua disciplina.
- L'istituto del contratto di compravendita
- Avere acquisito i concetti di credito e di debito.
- Conoscere la disciplina dell'impresa.
- Conoscere il concetto di pianificazione aziendale.
- Conoscere il concetto di marketing

#### **Competenze minime:**

- Definire i concetti alla base dell'attività economica di un'azienda.
- Comprendere il ruolo dell'imprenditore all'interno di un'impresa.
- Definire i principali contenuti dell'organizzazione.
- Individuare le fondamentali funzioni aziendali e le relative responsabilità.
- Descrivere i principali modelli organizzativi e modelli strutturali..
- Conoscere le modalità attraverso cui i diversi organi si scambiano le informazioni, i dirigenti d'azienda decidono le azioni da intraprendere, i dipendenti sono soggetti alle valutazioni dei loro superiori.
- Conoscere il concetto di tipicità del contratto.
- Definire i contratti di compravendita e i contratti di locazione, mandato e mutuo
- Definire i contratti tipici maggiormente diffusi nella prassi commerciale..
- Conoscere la nozione di contratto atipico.
- Analizzare i caratteri essenziali dei principali contratti atipici
- Definire il ruolo e l'importanza delle banche nella nostra economia.
- Descrivere i caratteri essenziali dei principali contratti bancari.
- Conoscere il funzionamento del mercato finanziario
- Saper distinguere i contratti tipici e atipici del sistema moda in base alle loro caratteristiche
- Individuare gli obiettivi di un'impresa collegando quelli generali con quelli specifici di marketing.
- Conoscere le funzioni del marketing management.
- Comprendere un piano di marketing

#### **CONTENUTI DISCIPLINARI**

Esposti per:

- Moduli

#### **MODULI DIDATTICI / UDA / PERCORSO FORMATIVO**

Titolo	Contenuti	Tempi (periodi indicativi di realizzazione)
Percorso D - Strutture organizzative aziendali, gruppi aziendali e poli del lusso	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lezione 1: L'attività economica e l'azienda</li> <li>- Lezione 2: La struttura organizzativa aziendale</li> <li>- Lezione 3: I principali modelli macrostrutturali</li> <li>- Lezione 4: Le altre variabili organizzative</li> </ul>	I quadrimestre
Percorso E - I principali contratti commerciali e bancari e i contratti del sistema moda	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lezione 1: I principali contratti tipici</li> <li>- Lezione 2: I contratti commerciali</li> <li>- Lezione 3: Alcuni contratti atipici</li> <li>- Lezione 4: I contratti bancari</li> <li>- Lezione 5: I contratti del sistema moda</li> </ul>	I - II quadrimestre
Percorso F: - Pianificazione aziendale e pianificazione di marketing	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lezione 1: La pianificazione aziendale</li> <li>- Lezione 2: La pianificazione di marketing</li> </ul>	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**

