

## Disciplina: ECONOMIA E MARKETING DELLE AZIENDE DI MODA

Il docente di "Economia e marketing delle aziende di moda" concorre a far conseguire allo studente, al termine del percorso quinquennale, i seguenti risultati di apprendimento relativi al profilo educativo, culturale e professionale:

*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.*

### Secondo biennio e quinto anno

I risultati di apprendimento sopra riportati, in esito al percorso quinquennale, costituiscono il riferimento delle attività didattiche della disciplina nel secondo biennio e quinto anno. La disciplina, nell'ambito della programmazione del Consiglio di classe, concorre in particolare al raggiungimento dei seguenti risultati di apprendimento, relativi all'indirizzo, espressi in termini di competenza:

- **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**

L'articolazione dell'insegnamento di "Economia e marketing delle aziende di moda" in conoscenze e abilità è di seguito indicata, quale orientamento per la progettazione didattica del docente, in relazione alle scelte compiute nell'ambito della programmazione collegiale del Consiglio di classe.

### Secondo biennio

| Conoscenze                                                                 | Abilità                                                                                                                                            |
|----------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Disciplina giuridica dell'impresa, delle società di persone e di capitali. | Individuare gli elementi soggettivi, oggettivi e funzionali dell'impresa.                                                                          |
| Strutture organizzative aziendali.                                         | Definire la struttura e il funzionamento dei modelli organizzativi aziendali.                                                                      |
| Gruppi aziendali e poli del lusso.                                         | Riconoscere l'importanza delle componenti immateriali di un'azienda.                                                                               |
| Segni distintivi delle aziende di moda.                                    | Distinguere i contratti tipici e atipici del sistema moda in base alle loro caratteristiche.                                                       |
| Attributi e benefici della Marca.                                          | Individuare le funzioni degli intermediari finanziari nella vita di un'azienda.                                                                    |
| Fattori di competitività dei brevetti industriali.                         | Riconoscere i rapporti che l'azienda di moda instaura con l'ambiente economico, finanziario, legislativo, culturale, demografico, geografico.      |
| Tipologie di contratti commerciali e bancari.                              | Individuare gli obiettivi di un'impresa collegando quelli generali con quelli specifici di marketing.                                              |
| Pianificazione aziendale e pianificazione di marketing.                    | Individuare i fattori conoscitivi per l'analisi del target di riferimento e utilizzarli per cogliere le opportunità del mercato.                   |
| Marketing Management e marketing strategico.                               | Utilizzare mappe di posizionamento per definire la percezione dell'immagine dell'azienda nei confronti della concorrenza da parte del consumatore. |
| Strategie e processi di segmentazione del mercato.                         |                                                                                                                                                    |
| Tecniche per la costruzione delle mappe di posizionamento.                 |                                                                                                                                                    |

### Quinto anno

| Conoscenze                          | Abilità                                                                                              |
|-------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Struttura del patrimonio aziendale. | Analizzare la composizione del patrimonio aziendale e la relazione tra investimenti e finanziamenti. |
| Budget e costi.                     | Effettuare calcoli per analisi di convenienza economica.                                             |
| Analisi di convenienza economica.   | Operare scelte in relazione a tipologia, caratteristiche, prezzo,                                    |

ISTITUTI TECNICI – Settore: tecnologico – Indirizzo: Sistema Moda – Articolazione: Tessile, abbigliamento e moda

|                                             |                                                                                                       |
|---------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Marketing operativo.<br>Piano di marketing. | modalità di distribuzione e promozione del prodotto.<br>Comprendere e redigere un piano di marketing. |
|---------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|