

PIANO DI LAVORO PUBBLICO ANNUALE DEL DOCENTE A.S. 2023/24

Nome e cognome del/della docente: Brunella Misisca

Disciplina insegnata: Economia e Marketing delle Aziende di Moda

Libro/i di testo in uso:

G. Baganè e V.Fossa “Strategie di Marketing. Impresa, mercato & distribuzione”, ed.Hoepli

Per ottemperare alle disposizioni delle linee guida, è stato predisposto del materiale sotto forma di dispense e fotocopie

Classe e Sezione: 5N

Indirizzo di studio: Tessile Abbigliamento Moda

1. Competenze che si intendono sviluppare o traguardi di competenza

- produrre testi argomentativi aventi come target riviste/aziende di settore;
- individuare i processi della filiera d'interesse e identificare i prodotti intermedi e finali
- acquisire una visione sistemica dell'azienda
- 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

2. Descrizione di conoscenze e abilità, suddivise in percorsi didattici, evidenziando per ognuna quelle essenziali o minime

Percorso 1:

LA FILIERA TESSILE-ABBIGLIAMENTO-ripasso

Competenze:

- riconoscere le produzioni tradizionali del territorio
- riconoscere l'articolazione della filiera produttiva del tessile-abbigliamento

Conoscenze:

- Le filiere produttive e i distretti industriali
- PMI: leader di settore e marginali
- Subfornitura
- Sostenibilità ambientale e sociale

Abilità:

- localizzare i principali distretti industriali, in particolare della filiera tessile-abbigliamento
- individuare i processi della filiera d'interesse
- produrre testi argomentativi relativi a casi aziendali

Obiettivi Minimi: localizzare i principali distretti industriali e argomentare casi aziendali; le PMI; la subfornitura: la sostenibilità ambientale e sociale

Testi di riferimento:

materiale sotto forma di dispensa, fonti:

1)G. Buganè e V.Fossa "Strategie di Marketing. Impresa, mercato & distribuzione-PLUS settore moda" ed.Hoepli

2)A.Grandi "Tecniche di marketing e distribuzione – prodotto moda" ed. San Marco

Percorso 2

GESTIONE AZIENDALE E PATRIMONIO AZIENDALE

Competenze:

- conoscere e capire l'azienda come sistema di operazioni e la sua struttura patrimoniale

Conoscenze:

- la gestione come sistema di operazioni
- operazioni di gestione esterna e interna
- patrimonio aziendale
- elementi e struttura del patrimonio aziendale

Abilità:

- riconoscere le operazioni di gestione
- analizzare la composizione del patrimonio aziendale e la relazione tra investimenti e finanziamenti
- capire le scelte che riguardano la struttura finanziaria

Testi di riferimento:

fotocopie tratte da "Economia e Marketing delle aziende di Moda" ed.Simone

Percorso 3

LA PIANIFICAZIONE AZIENDALE – IL BUDGET

Competenze:

- Il budget come strumento di gestione
- Il reporting e l'analisi degli scostamenti come strumenti di controllo

Conoscenze:

- Il budget
- analisi degli scostamenti e reporting
- Il controllo di gestione

Abilità:

- Trasferire i concetti di pianificazione e controllo attraverso il budget , il reporting e l'analisi degli scostamenti

Testi di riferimento:

fotocopie tratte da “Economia e Marketing delle aziende di Moda” ed.Simone

Percorso 4

IL RISULTATO ECONOMICO DELLA GESTIONE

Competenze:

- conoscere l'aspetto economico e finanziario della gestione
- conoscere la capacità di un'azienda di produrre reddito

Conoscenze:

- aspetto economico (Costi e Ricavi) e finanziario (Entrate e Uscite) della gestione
- ciclo dell'attività aziendale
- equilibrio reddituale, patrimoniale e finanziario
- esercizio
- reddito

Abilità:

- trasferire gli elementi tecnici, finanziari ed economici della gestione al fine di analizzarli e misurare la capacità di raggiungere risultati prefissati

Testi di riferimento:

fotocopie tratte da “Economia e Marketing delle aziende di Moda” ed.Simone

Percorso 5

ECONOMICITA' DELLA GESTIONE E ANALISI DEI COSTI

Competenze:

- conoscere i costi
- trasferire le nozioni della gestione per misurare la capacità dell'azienda di raggiungere i risultati prefissati

Conoscenze:

- concetto di economicità della gestione, efficienza ed efficacia
- i costi: nozioni e classificazioni
- configurazioni di costo
- punto di pareggio
- contributo di diverse linee di prodotto alla redditività aziendale

Abilità:

- Effettuare analisi di convenienza economica.

Testi di riferimento:

fotocopie tratte da "Economia e Marketing delle aziende di Moda" ed.Simone

Percorso 6

IL PIANO DI MARKETING

Competenze:

- riconoscere e confrontare le possibili strategie aziendali, con particolare riferimento alla strategia di marketing di un'azienda del sistema moda

Conoscenze:

- il marketing operativo
- il piano di marketing

Abilità:

- operare scelte in relazione a tipologia, caratteristiche, prezzo, modalità di distribuzione e promozione del prodotto.
- comprendere e redigere un piano di marketing.

Testi di riferimento:

fotocopie tratte da "Economia e Marketing delle aziende di Moda" ed.Simone

3. Attività o percorsi didattici concordati nel CdC a livello interdisciplinare - Educazione civica

"Sovrapproduzione, crisi storiche e attuali riflessioni per la sostenibilità sociale"

Area: Sviluppo sostenibile

Competenze: riconoscere i pericoli della sovrapproduzione

Conoscenze: le crisi economiche dovute alla sovrapproduzione

Abilità: attuare una riflessione attuale sui pericoli della sovrapproduzione e riconoscere l'opportunità anche strategica della sostenibilità

4. Tipologie di verifica, elaborati ed esercitazioni

Verifiche sommative

5. Criteri per le valutazioni

Criteri di valutazione deliberati nel PTOF aggiornamento triennale 22-25

6. Metodi e strategie didattiche

Lezioni frontali e partecipate, esercitazioni