


CURRICOLO DI TECNICHE DI DISTRIBUZIONE E MARKETING PER LA CLASSE QUARTA DELL'INDIRIZZO MADE IN ITALY

DIPARTIMENTO: DIPARTIMENTO: DIRITTO		MATERIA: TECNICHE DI DISTRIBUZIONE E MARKETING	 ISIS RAIMONDO D'ARONCO
CLASSE: 4^A		INDIRIZZO: INDUSTRIA E ARTIGIANATO PER IL MADE IN ITALY	
NUCLEO FONDAMENTALE 1: PROGETTAZIONE, COSTI E AMBIENTE			
TEMA 1.1. – L'attività economica			
COMPETENZE	CONOSCENZE	ABILITÀ	
COMP. IN USCITA 1)Predisporre il progetto per la realizzazione di un prodotto sulla base delle richieste del cliente, delle caratteristiche dei materiali, delle tendenze degli stili valutando le soluzioni tecniche proposte, le tecniche di lavorazione, i costi e la sostenibilità ambientale.	Le imprese Le funzioni aziendali La struttura organizzativa I fattori produttivi la produzione Il consumo, il risparmio e l'investimento	Saper definire e riconoscere le fasi dell'attività economica Saper identificare le attività svolte dalle funzioni aziendali e i collegamenti tra esse	

STRUMENTI	METODOLOGIE	VERIFICHE
<ul style="list-style-type: none"> • Libro di testo • Schede integrative a cura del docente • Brevi dispense monotematiche a cura del docente • Articoli di stampa o sul web • Appunti • Lavagna/LIM 	<ul style="list-style-type: none"> • Discussione guidata dal docente • Lezione partecipata • Lezione frontale • Dibattito • Giochi di ruolo • Tutoraggio alla pari • Webquest • Lavoro cooperativo 	<ul style="list-style-type: none"> • Formative per verificare il livello di apprendimento in itinere anche attraverso l'uso delle metodologie previste • Sommativie per verificare il conseguimento o meno delle conoscenze, abilità e competenze

NUCLEO FONDAMENTALE 1: PROGETTAZIONE, COSTI E AMBIENTE

TEMA 1.2. – Beni, servizi e bisogni

COMPETENZE	CONOSCENZE	ABILITÀ
------------	------------	---------

<p>COMP. IN USCITA</p> <p>1)Predisporre il progetto per la realizzazione di un prodotto sulla base delle richieste del cliente, delle caratteristiche dei materiali, delle tendenze degli stili valutando le soluzioni tecniche proposte, le tecniche di lavorazione, i costi e la sostenibilità ambientale.</p>	<p>I beni e i servizi</p> <p>Il consumo,</p> <p>Lo scambio</p>	<p>Saper classificare i bisogni e distinguere bisogni e desideri</p> <p>Saper individuare le diverse tipologie di beni e servizi</p>
STRUMENTI	METODOLOGIE	VERIFICHE
<ul style="list-style-type: none"> •Libro di testo • Schede integrative a cura del docente • Brevi dispense monotematiche a cura del docente • Articoli di stampa o sul web • Appunti 	<ul style="list-style-type: none"> •Discussione guidata dal docente • Lezione partecipata • Lezione frontale • Dibattito • Giochi di ruolo • Tutoraggio alla pari • Webquest 	<ul style="list-style-type: none"> • Formative per verificare il livello di apprendimento in itinere anche attraverso l'uso delle metodologie previste • Sommative per verificare il conseguimento o meno delle conoscenze, abilità e competenze

• Lavagna/LIM	• Lavoro cooperativo	
---------------	----------------------	--

NUCLEO FONDAMENTALE 1: PROGETTAZIONE, COSTI E AMBIENTE		
TEMA 1.3. – Progettazione di marketing		
COMPETENZE	CONOSCENZE	ABILITÀ
<p>COMP. IN USCITA</p> <p>1)Predisporre il progetto per la realizzazione di un prodotto sulla base delle richieste del cliente, delle caratteristiche dei materiali, delle tendenze degli stili valutando le soluzioni tecniche proposte, le tecniche di lavorazione, i costi e la sostenibilità ambientale.</p>	<p>Il marketing</p> <p>Funzione marketing e marketing management</p> <p>Il mercato obiettivo</p> <p>Le caratteristiche del mercato moderno</p> <p>Il marketing strategico</p>	<p>Saper riconoscere i vari tipi di mercato</p> <p>Saper riconoscere le strategie competitive di base vigenti sul mercato</p> <p>Saper distinguere le attività facenti parte del marketing strategico</p>
STRUMENTI	METODOLOGIE	VERIFICHE

<ul style="list-style-type: none"> • Libro di testo • Schede integrative a cura del docente • Brevi dispense monotematiche a cura del docente • Articoli di stampa o sul web • Appunti 	<ul style="list-style-type: none"> • Discussione guidata dal docente • Lezione partecipata • Lezione frontale • Dibattito • Giochi di ruolo • Tutoraggio alla pari • Webquest • Lavoro cooperativo 	<ul style="list-style-type: none"> • Formative per verificare il livello di apprendimento in itinere anche attraverso l'uso delle metodologie previste • Sommative per verificare il conseguimento o meno delle conoscenze, abilità e competenze
---	--	--

NUCLEO FONDAMENTALE 1: PROGETTAZIONE, COSTI E AMBIENTE

TEMA 1.4. – Contratti di compravendita

COMPETENZE	CONOSCENZE	ABILITÀ
<p>COMP. IN USCITA</p> <p>1) Predisporre il progetto per la realizzazione di un prodotto sulla base delle richieste del cliente, delle caratteristiche dei materiali, delle tendenze degli stili valutando le soluzioni tecniche proposte, le tecniche di lavorazione, i costi e la sostenibilità ambientale.</p>	<p>Il concetto di compravendita</p> <p>Caratteristiche del contratto di compravendita</p> <p>Obblighi del venditore e del compratore</p> <p>Fasi del contratto di compravendita</p> <p>Elementi essenziali e accessori del contratto di compravendita</p> <p>Imballaggi</p>	<p>Riconoscere le fasi del contratto di compravendita</p> <p>Saper individuare gli elementi essenziali e accessori del contratto di compravendita</p> <p>Riconoscere l'importanza della funzione comunicativa dell'imballaggio nel commercio</p>

STRUMENTI	METODOLOGIE	VERIFICHE
<ul style="list-style-type: none"> • Libro di testo • Schede integrative a cura del docente • Brevi dispense monotematiche a cura del docente • Articoli di stampa o sul web • Appunti 	<ul style="list-style-type: none"> • Discussione guidata dal docente • Lezione partecipata • Lezione frontale • Dibattito • Giochi di ruolo • Tutoraggio alla pari • Webquest • Lavoro cooperativo 	<ul style="list-style-type: none"> • Formative per verificare il livello di apprendimento in itinere anche attraverso l'uso delle metodologie previste • Sommativie per verificare il conseguimento o meno delle conoscenze, abilità e competenze

NUCLEO FONDAMENTALE 2: Strumenti operativi		
COMPETENZE	CONOSCENZE	ABILITÀ

<p>COMP. IN USCITA</p> <p>Competenza in uscita n° 2: Realizzare disegni tecnici e/o artistici, utilizzando le metodologie di rappresentazione grafica e gli strumenti tradizionali o informatici più idonei alle esigenze specifiche di progetto e di settore/contesto</p>	<p>Tabelle di dati</p> <p>I principali tipi di grafici</p> <p>calcoli percentuali</p> <p>rapporti e proporzioni</p>	<p>Risolvere problemi con l'utilizzo del calcolo proporzionale</p> <p>Applicare correttamente il calcolo percentuale</p> <p>Costruire e interpretare grafici e tabelle</p>
STRUMENTI	METODOLOGIE	VERIFICHE
<ul style="list-style-type: none"> • Libro di testo • Schede integrative a cura del docente • Brevi dispense monotematiche a cura del docente • Articoli di stampa o sul web • Appunti 	<ul style="list-style-type: none"> • Discussione guidata dal docente • Lezione partecipata • Lezione frontale • Dibattito • Giochi di ruolo • Tutoraggio alla pari • Webquest • Lavoro cooperativo 	<ul style="list-style-type: none"> • Formative per verificare il livello di apprendimento in itinere anche attraverso l'uso delle metodologie previste • Sommativie per verificare il conseguimento o meno delle conoscenze, abilità e competenze

NUCLEO FONDAMENTALE 3: Sistema Moda e Filiera della Moda

TEMA 3.1 – Il Sistema Moda

COMPETENZE	CONOSCENZE	ABILITÀ
<p>COMP. IN USCITA</p> <p>(6) : Elaborare, implementare e attuare piani industriali/commerciali delle produzioni, in raccordo con gli obiettivi economici aziendali /di prodotto e sulla base dei vincoli di mercato</p>	<p>Il ciclo della moda</p> <p>La moda come sistema</p> <p>Associazioni della moda</p> <p>Il Made in Italy</p> <p>Organizzazione delle aziende italiane del settore moda</p> <p>I distretti e la subfornitura</p>	<p>Saper classificare le imprese del settore tessile -abbigliamento</p> <p>Saper riconoscere i modelli di business delle imprese del settore tessile-abbigliamento</p>
STRUMENTI	METODOLOGIE	VERIFICHE
<ul style="list-style-type: none"> • Libro di testo • Schede integrative a cura del docente • Brevi dispense monotematiche a cura del docente • Articoli di stampa o sul web • Appunti 	<ul style="list-style-type: none"> • Discussione guidata dal docente • Lezione partecipata • Lezione frontale • Dibattito • Giochi di ruolo • Tutoraggio alla pari • Webquest • Lavoro cooperativo 	<ul style="list-style-type: none"> • Formative per verificare il livello di apprendimento in itinere anche attraverso l'uso delle metodologie previste • Sommativie per verificare il conseguimento o meno delle conoscenze, abilità e competenze

TEMA 3.2. – Filiera della moda

COMPETENZE	CONOSCENZE	ABILITÀ
<p>COMP. IN USCITA</p> <p>(6) : Elaborare, implementare e attuare piani industriali/commerciali delle produzioni, in raccordo con gli obiettivi economici aziendali /di prodotto e sulla base dei vincoli di mercato</p>	<p>La filiera</p> <p>Settori che compongono la filiera del tessile</p> <p>Cicli del settore abbigliamento</p>	<p>Saper collegare l'importanza dell'interazione tra i diversi attori che fanno parte della filiera del settore tessile-abbigliamento</p> <p>Saper identificare i principali caratteri distintivi delle imprese che fanno parte del settore abbigliamento</p> <p>Saper cogliere i vantaggi e svantaggi dei diversi cicli operativi che caratterizzano il settore abbigliamento a livello nazionale e internazionale</p>
STRUMENTI	METODOLOGIE	VERIFICHE
<ul style="list-style-type: none"> • Libro di testo • Schede integrative a cura del docente • Brevi dispense monotematiche a cura del docente • Articoli di stampa o sul web • Appunti 	<ul style="list-style-type: none"> • Discussione guidata dal docente • Lezione partecipata • Lezione frontale • Dibattito • Giochi di ruolo • Tutoraggio alla pari • Webquest • Lavoro cooperativo 	<ul style="list-style-type: none"> • Formative per verificare il livello di apprendimento in itinere anche attraverso l'uso delle metodologie previste • Sommative per verificare il conseguimento o meno delle conoscenze, abilità e competenze

NUCLEO FONDAMENTALE 4: Il Marketing operativo e ambiente di marketing

COMPETENZE	CONOSCENZE	ABILITÀ
<p>COMP. IN USCITA</p> <p>(6) : Elaborare, implementare e attuare piani industriali/commerciali delle produzioni, in raccordo con gli obiettivi economici aziendali /di prodotto e sulla base dei vincoli di mercato</p>	<p>Marketing operativo</p> <p>Ambiente di marketing interno ed esterno</p> <p>Microambiente e macroambiente</p>	<p>Saper distinguere le attività facenti parte del marketing operativo</p> <p>Saper riconoscere i fattori del macroambiente</p> <p>Saper applicare un modello per descrivere il microambiente di un'impresa</p> <p>Saper individuare i fattori principali del macroambiente</p>
STRUMENTI	METODOLOGIE	VERIFICHE
<ul style="list-style-type: none"> • Libro di testo • Schede integrative a cura del docente • Brevi dispense monotematiche a cura del docente • Articoli di stampa o sul web • Appunti 	<ul style="list-style-type: none"> • Discussione guidata dal docente • Lezione partecipata • Lezione frontale • Dibattito • Giochi di ruolo • Tutoraggio alla pari • Webquest • Lavoro cooperativo 	<ul style="list-style-type: none"> • Formative per verificare il livello di apprendimento in itinere anche attraverso l'uso delle metodologie previste • Sommativie per verificare il conseguimento o meno delle conoscenze, abilità e competenze

