

Anno scolastico 2023-2024

VA Moda

Docente Elisabetta Manuguerra

| UDA (numero e titolo) | Competenze intermedie | abilità | conoscenze |
|-------------------------------|---|--|---|
| 1.Impresa e Mercato | Osservare, descrivere e analizzare fenomeni base appartenenti alla realtà organizzativa industriale/commerciale e riconoscere nelle varie forme i concetti economici essenziali del mercato nel quale si opera | Individuare e descrivere i concetti fondamentali inerenti alla azienda e all'attività economica Riconoscere le caratteristiche fondamentali del mercato e della domanda e dell'offerta di un bene Individuare le caratteristiche dei principali modelli organizzativi e dei processi di produzione | Concetti fondamentali inerenti all'azienda e alla attività economica Fattori della produzione e mercati di approvvigionamento e di sbocco Nozioni di domanda e offerta di un bene Fattori che influenzano l'ambiente nel quale opera l'azienda |
| 2.Marketing Analitico | Contribuire alla elaborazione, implementazione e attuazione di piani industriali/commerciali con riferimento a realtà economico-produttive più complesse | Raccogliere, organizzare e rappresentare informazioni Impostare e realizzare semplici analisi di marketing | Elementi fondamentali di marketing Il processo di marketing e le ricerche di mercato Metodi e strumenti di ricerca |
| 3.Marketing strategico | Contribuire alla elaborazione, implementazione e attuazione di piani industriali/commerciali con riferimento a realtà economiche e produttive più complesse Elaborare, implementare e attuare piani industriali/commerciali delle produzioni con riferimento a semplici realtà economico produttive individuando i | Interpretare le statistiche di settore di settore e i trend di valorizzazione dei prodotti industriali e artigianali in Italia e all'estero Individuare varietà, specificità e dinamiche fondamentali dei sistemi economici e dei mercati (della filiera di riferimento) anche internazionali | Elementi di marketing in relazione al contesto produttivo Segmentazione del mercato e tecniche Strategie di posizionamento Matrice SWOT |

| | | | |
|-------------------------------|---|---|---|
| | vincoli aziendali e di mercato | <p>Confrontare le diverse strategie di marketing per la diffusione del prodotto</p> <p>Utilizzare la matrice SWOT</p> <p>Elaborare piani di marketing</p> <p>Utilizzare il business model canvas</p> | |
| 4. Marketing operativo | <p>Contribuire alla elaborazione, implementazione e attuazione di piani industriali/commerciali con riferimento a realtà economico- produttive più complesse</p> <p>Elaborare, implementare e attuare piani industriali/commerciali delle produzioni con riferimento a semplici realtà economico produttive individuando i vincoli aziendali e di mercato</p> | <p>Utilizzare le leve del marketing mix in relazione al contesto produttivo</p> <p>Applicare la matrice di Boston nello studio dei prodotti</p> <p>Individuare costi diretti/indiretti, variabili/fissi</p> <p>Stabilire il prezzo di vendita dei prodotti</p> <p>Individuare gli scopi e le principali caratteristiche della comunicazione aziendale</p> <p>Individuare i principali strumenti di gestione per la commercializzazione e diffusione di un prodotto industriale o artigianale</p> <p>Individuare le attività correlate ai processi di logistica e gestione del magazzino</p> | <p>Elementi di marketing in relazione al contesto produttivo</p> <p>Packaging, brand.</p> <p>Marchio</p> <p>Ciclo di vita del prodotto e Matrice di Boston</p> <p>Prezzo, costo, ricavo</p> <p>Costi diretti/indiretti, variabili/fissi e principali elementi di valutazione.</p> <p>Il diagramma di redditività.</p> <p>Elementi di comunicazione aziendale</p> <p>Tecniche e strumenti di commercializzazione e promozione dei prodotti</p> |
| 4. Digital marketing | <p>Elaborare, implementare e attuare piani industriali/commerciali delle produzioni con riferimento a semplici realtà economico- produttive individuando i</p> | <p>Impostare e realizzare semplici analisi di marketing utilizzando i nuovi strumenti/canali digitali</p> <p>Utilizzare media innovativi per la commercializzazione e</p> | <p>Elementi di marketing digitale</p> <p>Internet e gli strumenti a disposizione del marketing</p> <p>Caratteristiche e funzionamento dell'e-commerce</p> |

| | | | |
|--|--------------------------------|--|---|
| | vincoli aziendali e di mercato | la diffusione del prodotto Individuare le specificità dell'e-commerce | Nuove forme di commercializzazione e vendita Strategie di marketing online |
|--|--------------------------------|--|---|

OBIETTIVI MINIMI

Con riguardo alle conoscenze lo/a studente/ssa

Conosce il concetto di cliente-consumatore e di cliente-organizzazione e il comportamento di acquisto

Conosce gli elementi e gli obiettivi del marketing

Conosce l'impresa tessile italiana

Conosce le principali leve di marketing

Conosce le principali strategie del marketing per vincere la concorrenza

Conosce il brand e gli strumenti di comunicazione

Conosce il marketing relazionale

Conosce le parti componenti del prezzo

Con riguardo al saper fare lo/a studente/ssa

Riconosce gli obiettivi e le strategie di marketing

Collega soddisfazione del cliente ad obiettivi aziendali

Riconosce gli elementi chiave per la preparazione di un piano di marketing

LIBRI DI TESTO ADOTTATO: Tecniche di marketing e distribuzione – Amalia Grandi – Editrice San Marco
e Appunti dell'insegnante