**PROGRAMMA SVOLTO e INDICAZIONI PER IL RECUPERO**

Docente: Prof.ssa Agnese Antonella Petrella A.S. 2024/2025

Disciplina: Economia e Marketing delle aziende di moda Classe 4CSM

**MODIFICHE ALLA PROGRAMMAZIONI INIZIALE**

(riportare dalla relazione finale disciplina)

|  |
| --- |
| 1) UNITÀ’ DI APPRENDIMENTO PROGRAMMATE A INIZIO ANNO MA NON AFFRONTATE, CON LE RELATIVE MOTIVAZIONI |
| Nessuna |

|  |
| --- |
| 2) MODIFICHE ALLE UNITÀ’ DI APPRENDIMENTO AFFRONTATE E RELATIVE MOTIVAZIONI |
| Nessuna |

**CONOSCENZE / CONTENUTI SVILUPPATI**

(indicare gli argomenti trattati, suddivisi per periodo. Questa parte del modulo è utilizzabile per gli studenti con insufficienza nella disciplina ed è duplicabile per gli studenti sufficienti, qualora si intenda assegnare anche a questi ultimi attività estive specifiche)

PRIMO PERIODO

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Argomento / UdA | Pagine del libro / appunti per la teoria | Pagine del libro / altro per gli esercizi |
| UDA percorso E lezioni 1 e 2:  I principali contratti tipici  Il contratto in generale  I contratti tipici ed atipici  La compravendita  La locazione  Il contratto di trasporto  Il contratto di assicurazione  Il contratto di appalto | Pag. 270-275, 285-287, 290 | Pag. 279-283, 293-296 |
| UDA percorso E lezione 3:  Alcuni contratti atipici  Il leasing  Il factoring  Il catering  Il banqueting | Pag. 297-302 (escluso il contratto di engineering) | Pag. 305-307 |
| UDA percorso E lezione 4:  I contratti bancari in generale  Il ruolo delle banche  Il deposito regolare e il deposito bancario  Il contratto di c/c bancario  Il contratto di sconto  Differenze tra contratto di sconto e contratto di factoring | Pag. 308-314 | Pag. 315-320 |
| UDA percorso E lezione 5:  I contratti del sistema moda  Il contratto di agenzia  Il contratto di subfornitura  Il contratto di co-branding  Il contratto di franchising | Pag. 321-326 | Pag. 327-330 |
| UDA percorso F lezione 1  Pianificazione aziendale e pianificazione di marketing  La pianificazione aziendale  Il controllo di gestione  La struttura organizzativa ed informativa del controllo di gestione  Il budget  L’analisi degli scostamenti e il reporting | Pag. 332-344 | Pag. 350-352 |

SECONDO PERIODO

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Argomento / UdA | Pagine del libro / appunti per la teoria | Pagine del libro / altro per gli esercizi |
| UDA percorso F lezione 2:  La pianificazione di marketing  Il marketing management  Il marketing mix  Dalla pianificazione strategica al piano di marketing  SWOT analysis  Il piano di marketing | Pag. 353-362 | Pag. 364-366 |
| UDA percorso G lezioni 1 e 2:  Scelte di segmentazione del mercato  Il marketing  Il targeting  La segmentazione del mercato di consumo  La segmentazione del settore dell’abbigliamento  Il posizionamento  Le regole di posizionamento  Le strategie di posizionamento  La mappa di posizionamento  L’identità di marca  La marca ed il marchio | Pag. 368-377, pag. 384-389 | Pag. 380-383, 391-394 |
| UDA percorso H lezione 1  Le operazioni di gestione:  La gestione come sistema di operazioni  Operazioni di gestione interna ed esterna  Il patrimonio aziendale  I finanziamenti: capitale proprio e capitale di terzi  Debiti di finanziamento e debiti di regolamento  Attività, passività e patrimonio netto  La struttura del patrimonio  La nozione di costo: i vari tipi di costi: di acquisto, di impegno, di prodotto, i costi standard (ipotetici, obiettivi, parametrici), costi ideali, ottimali e medio-normali, costi speciali e costi comuni, costi fissi, variabili e semi-variabili, costi tecnici, costi discrezionali e costi vincolati, costi controllabili e non controllabili, il costo medio, il costo differenziale, il costo marginale. | Pag. 396-407, pag. 435-439 + pag. 441 | Pag. 410-413 |

Castellanza, 16/06/2025 Firma del docente

Prof.ssa Agnese Antonella Petrella