**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 tipiciIl contratto in generaleI contratti tipici ed atipiciLa compravenditaLa locazioneIl contratto di trasportoIl contratto di assicurazioneIl contratto di appalto | Pag. 270-275, 285-287, 290 | Pag. 279-283, 293-296 |
| UDA percorso E lezione 3: Alcuni contratti atipiciIl leasingIl factoringIl cateringIl banqueting | Pag. 297-302 (escluso il contratto di engineering) | Pag. 305-307 |
| UDA percorso E lezione 4:I contratti bancari in generaleIl ruolo delle bancheIl deposito regolare e il deposito bancarioIl contratto di c/c bancarioIl contratto di scontoDifferenze tra contratto di sconto e contratto di factoring | Pag. 308-314 | Pag. 315-320 |
| UDA percorso E lezione 5:I contratti del sistema modaIl contratto di agenziaIl contratto di subfornituraIl contratto di co-brandingIl contratto di franchising | Pag. 321-326 | Pag. 327-330 |
| UDA percorso F lezione 1Pianificazione aziendale e pianificazione di marketingLa pianificazione aziendaleIl controllo di gestioneLa struttura organizzativa ed informativa del controllo di gestioneIl budgetL’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 marketingIl marketing managementIl marketing mixDalla pianificazione strategica al piano di marketingSWOT analysisIl piano di marketing | Pag. 353-362 | Pag. 364-366  |
| UDA percorso G lezioni 1 e 2:Scelte di segmentazione del mercatoIl marketingIl targetingLa segmentazione del mercato di consumoLa segmentazione del settore dell’abbigliamentoIl posizionamentoLe regole di posizionamentoLe strategie di posizionamentoLa mappa di posizionamentoL’identità di marcaLa 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 operazioniOperazioni di gestione interna ed esternaIl patrimonio aziendaleI finanziamenti: capitale proprio e capitale di terziDebiti di finanziamento e debiti di regolamentoAttività, passività e patrimonio netto La struttura del patrimonioLa 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