Ministero dell'Istruzione e del Merito

Istituto Statale Istruzione Superiore
Cipriano FACCHINETTI

Istruzione Tecnica - MECCANICA E MECCATRONICA - ENERGIA - INFORMATICA E TELECOMUNICAZIONI – SISTEMA MODA
CHIMICA DEI MATERIALI - BIOTECNOLOGIE AMBIENTALI - COSTRUZIONI, AMBIENTE E TERRITORIO – AUTOMAZIONE
Istruzione Professionale - MANUTENZIONE E ASSISTENZA TECNICA
Istruzione e Formazione Professionale (IeFP) - OPERATORE ALLA RIPARAZIONE DI VEICOLI A MOTORE

Progettazione didattica disciplinare per la classe (OBIETTIVI MINIMI)

DISCIPLINA: ECONOMIA E MARKETING DELLE AZIENDE DELLA MODA Classe: IV CSM Sede: ITIS Periodo didattico: A.S.26/27

NUCLEO FONDANTE *(argomento o unità di insegnamento/apprendimento portante per lo studio della disciplina)*	**TRAGUARDI e OBIETTIVI educativi/formativi *** *(si riferiscono ai risultati di apprendimento, ovvero alle competenze tradotte in termini di **conoscenze essenziali** e di **abilità minime** nell'elaborazione dei contenuti trattati, da promuovere nell'allievo affinché apprenda con consapevolezza, responsabilità e autonomia)*	
	CONOSCENZE (sapere)	**ABILITA'** (saper fare)
Percorso E **I PRINCIPALI CONTRATTI COMMERCIALI BANCARI E I CONTRATTI DEL SISTEMA MODA** Nucleo fondante **Comprendere l'uso del contratto le sue principali caratteristiche e contenuti come strumento giuridico per regolare e gestire i rapporti tra soggetti.**	**1. PRINCIPALI CONTRATTI TIPICI** 1.1 I contratti tipici e atipici 1.2 La compravendita 1.3 La locazione **2. I CONTRATTI COMMERCIALI** 2.3 Il contratto di appalto 2.4 Il contratto di trasporto 2.5 Il contratto di assicurazione **3. ALCUNI CONTRATTI ATIPICI** 3.2 Il leasing 3.6 Il franchising **4. I CONTRATTI BANCARI** 4.2 Il deposito bancario 4.3 Il conto corrente bancario **5. I CONTRATTI DEL SISTEMA MODA** 5.1 I contratti di licenza del marchio 5.4 I contratti di subfornitura 5.5 Il co-branding	Individuare i nuovi modelli contrattuali più diffusi in campo commerciale. Analizzare i caratteri essenziali e le modalità dei principali contratti atipici.

Ministero dell'Istruzione e del Merito

Istituto Statale Istruzione Superiore
Cipriano FACCHINETTI

Istruzione Tecnica - MECCANICA E MECCATRONICA - ENERGIA - INFORMATICA E TELECOMUNICAZIONI – SISTEMA MODA
CHIMICA DEI MATERIALI - BIOTECNOLOGIE AMBIENTALI - COSTRUZIONI, AMBIENTE E TERRITORIO – AUTOMAZIONE
Istruzione Professionale - MANUTENZIONE E ASSISTENZA TECNICA
Istruzione e Formazione Professionale (IeFP) - OPERATORE ALLA RIPARAZIONE DI VEICOLI A MOTORE

Progettazione didattica disciplinare per la classe (OBIETTIVI MINIMI)

DISCIPLINA: ECONOMIA E MARKETING DELLE AZIENDE DELLA MODA Classe: IV CSM Sede: ITIS Periodo didattico: A.S.25/26

NUCLEO FONDANTE *(argomento o unità di insegnamento/apprendimento portante per lo studio della disciplina)*	**TRAGUARDI e OBIETTIVI educativi/formativi *** *(si riferiscono ai risultati di apprendimento, ovvero alle competenze tradotte in termini di **conoscenze essenziali** e di **abilità minime** nell'elaborazione dei contenuti trattati, da promuovere nell'allievo affinché apprenda con consapevolezza, responsabilità e autonomia)*	
	CONOSCENZE (sapere)	**ABILITA'** (saper fare)
Percorso F **PIANIFICAZIONE AZIENDALE E PIANIFICAZIONE DI MARKETING** Nucleo fondante **Comprendere l'importanza della pianficiazione aziendale come strumento di gestione operative per la direzione e sviluppo aziendale**	**1. LA PIANIFICAZIONE AZIENDALE** 1.1 La pianificazione aziendale 1.2 Il controllo di gestione 1.4 Il budget **2. LA PIANIFICAZIONE DI MARKETING** 2.1 Premessa 2.2 Il marketing management 2.3 Il marketing mix	Trasferire i concetti di pianificazione e controllo attraverso strumenti quali il budget e l'analisi degli scostamenti per assicurare, nel breve periodo, l'efficacia, l'efficienza e la flessibilità della gestione e, nel medio-lungo periodo, la sopravvivenza o lo sviluppo dell'azienda

Ministero dell'Istruzione e del Merito

Istituto Statale Istruzione Superiore
Cipriano FACCHINETTI

Istruzione Tecnica - MECCANICA E MECCATRONICA - ENERGIA - INFORMATICA E TELECOMUNICAZIONI – SISTEMA MODA
CHIMICA DEI MATERIALI - BIOTECNOLOGIE AMBIENTALI - COSTRUZIONI, AMBIENTE E TERRITORIO – AUTOMAZIONE
Istruzione Professionale - MANUTENZIONE E ASSISTENZA TECNICA
Istruzione e Formazione Professionale (IeFP) - OPERATORE ALLA RIPARAZIONE DI VEICOLI A MOTORE

DISCIPLINA: ECONOMIA E MARKETING DELLE AZIENDE DELLA MODA Classe: IV CSM Sede: ITIS

Progettazione didattica disciplinare per la classe OBIETTIVI MINIMI

Periodo didattico: A.S.25/26

NUCLEO FONDANTE *(argomento o unità di insegnamento/apprendimento portante per lo studio della disciplina)*	**TRAGUARDI e OBIETTIVI educativi/formativi *** *(si riferiscono ai risultati di apprendimento, ovvero alle competenze tradotte in termini di **conoscenze essenziali** e di **abilità minime** nell'elaborazione dei contenuti trattati, da promuovere nell'allievo affinché apprenda con consapevolezza, responsabilità e autonomia)*	
	CONOSCENZE (sapere)	**ABILITA'** (saper fare)

Via Azimonti n°5 – 21053 Castellanza +39 0331 635718
C.F. 81009250127 - Codice Meccanografico VAIS01900E - C.U.U.: UF6U6C
https://isisfacchinetti.edu.it vais01900e@istruzione.it vais01900e@pec.istruzione.it

Percorso H **LA SEGMENTAZIONE DEL MERCATO ED IL POSIZIONAMENTO** Nucleo fondante **Comprendere le attività di segmentazione e di targeting come attività di analisi e ricerca volta a suddividere il mercato in distinti gruppi di segmentazione, con particolare attenzione alla segmentazione nel settore dell'abbigliamento.**	**1. SCELTE DI SEGMENTAZIONE DEL MERCATO** 1.1 Il marketing 1.2 Segmentazione del mercato 1.3 Il targeting 1.4 La segmentazione nel settore dell'abbigliamento	Individuare i fattori conoscitivi per l'analisi del target di riferimento e utilizzarli per cogliere le opportunità del mercato.

TRAGUARDI e OBIETTIVI educativi/formativi *
(si riferiscono ai risultati di apprendimento, ovvero alle competenze tradotte in termini di ***conoscenze essenziali*** *e di* ***abilità minime*** *nell'elaborazione dei contenuti trattati, da promuovere nell'allievo affinché apprenda con consapevolezza, responsabilità e autonomia)*

* I traguardi per lo sviluppo delle competenze di base attese a conclusione dell'obbligo di istruzione *(ovvero al termine del 1° Biennio della scuola secondaria di secondo grado fanno riferimento alle indicazioni nazionali* ***per l'adempimento dell'obbligo di istruzione*** *di cui al regolamento emanato con decreto del Ministro della Pubblica istruzione n. 139/2007).*

Riportare la declinazione dei risultati di apprendimento (o gli elementi di competenza) da promuovere in termini di conoscenze e abilità declinati dall'elenco secondo le Linee guida per l'area generale e/o di indirizzo (per il periodo o annualità di riferimento):

➢ **ITIS** (Istituti Tecnici) regolamento D.P.R. n. 88/2010 per il **settore tecnologico** fare riferimento:
- Linee guida D.M. 57 del 2010 per il **primo biennio** (allegato A.2);
- Linee guida D.M. 4 del 2012 per il triennio (**secondo biennio e quinto anno** allegato A.2)

➢ **IPSIA** (Istituti Professionali) regolamento D.Lgs n. 61/2017 per **il settore Manutenzione ed assistenza tecnica** fare riferimento:
- Linee guida D.I. 92 del 2018 per **l'area generale** (allegato 1) per **l'area di indirizzo** (allegato 2-D).

Ministero dell'Istruzione e del Merito

Istituto Statale Istruzione Superiore
Cipriano FACCHINETTI

Istruzione Tecnica - MECCANICA E MECCATRONICA - ENERGIA - INFORMATICA E TELECOMUNICAZIONI – SISTEMA MODA
CHIMICA DEI MATERIALI - BIOTECNOLOGIE AMBIENTALI - COSTRUZIONI, AMBIENTE E TERRITORIO – AUTOMAZIONE
Istruzione Professionale - MANUTENZIONE E ASSISTENZA TECNICA
Istruzione e Formazione Professionale (IeFP) - OPERATORE ALLA RIPARAZIONE DI VEICOLI A MOTORE

Via Azimonti n°5 – 21053 Castellanza +39 0331 635718
C.F. 81009250127 - Codice Meccanografico VAIS01900E - C.U.U.: UF6U6C
https://isisfacchinetti.edu.it vais01900e@istruzione.it vais01900e@pec.istruzione.it