

MODELLO DI PROGRAMMAZIONE DISCIPLINARE PER COMPETENZE

ISTITUTO ENZO FERRARI

ANNO SCOLASTICO 2023-2024

INDIRIZZO MODA DEL MADE IN ITALY

CLASSE 4 SEZIONE CASTELLAMMARE DI STABIA

DISCIPLINA MARKETING

DOCENTE RAFFAELE FONTANELLA

QUADRO ORARIO (N. ore settimanali nella classe) 2

1. FINALITA'

Imparare a comunicare comprendendo e formulando messaggi anche con codici diversi, coerenti e coesi. Ciò consente, tra l'altro, di cogliere le differenze tra il piano linguistico e il piano metalinguistico, tra il livello sintattico e il livello semantico; va dato altresì opportuno risalto alle analogie e alle differenze che intercorrono tra il linguaggio naturale e i linguaggi artificiali, tra il ragionamento comune e il ragionamento formalizzato.

- . Collaborare e partecipare a lavori di gruppo con l'ausilio di supporti di tipo informatico o altro.
- . Rispettare scadenze e impegni concordati con insegnanti e compagni.
- . Questa competenza riguarda la capacità di apprendere e di realizzare obiettivi arrivando a decisioni condivisi all'interno di un contesto che impegna gli alunni in lavori di gruppo (apprendimento cooperativo). Per esempio sulla scelta delle modalità di comunicazione di un compito/ prodotto, sulle fonti da utilizzare ecc., sulle modalità di raccolta dati di indagini statistiche.
- . Riconoscere e rispettare limiti, regole e responsabilità stabilite dal regolamento di Istituto
- . Sapersi inserire in un gruppo nel rispetto delle diversità e regole di convivenza.
- . Conoscere le caratteristiche della domanda e dell'offerta e della composizione del mercato economico.
- . Conoscere la struttura di un'azienda ed il suo funzionamento.
- . Saper riconoscere e classificare i diversi tipi di imprese sotto l'aspetto giuridico.
- . Conoscere le fasi del ciclo produttivo e la distribuzione in particolare.
- . Conoscere le ricerche di mercato e il marketing strategico.
- . Conoscere il marketing operativo e le sue componenti.
- . Conoscere i rapporti tra il marketing e internet.

2. ANALISI DELLA SITUAZIONE DI PARTENZA

PROFILO GENERALE DELLA CLASSE (caratteristiche cognitive, comportamentali, atteggiamento verso la materia, interessi, partecipazione)

La classe 4 Moda è composta da 21 alunni di diversa estrazione sociale e preparazione culturale. La disciplina tecnica troverà ampio consenso materializzato attraverso l'affiatamento tra i singoli. La loro naturale disponibilità alle varie iniziative renderà possibile il concretizzarsi di un discorso serio e costruttivo. Il metodo didattico si esplicherà attraverso l'analisi degli aspetti economico-gestionali dell'attività aziendale. Saranno usate le seguenti tecniche didattiche: lavori di ricerca individuale e di gruppo, letture e sussidi diversi, esercitazioni pratiche.

LIVELLI DI PROFITTO

DISCIPLINA D'INSEGNAMENTO MARKETING	LIVELLO BASSO (voti inferiori alla sufficienza)	LIVELLO MEDIO (voti 6-7)	LIVELLO ALTO (voti 8-9-10)
	N. Alunni..... 20%.....	N. Alunni..... 70%.....	N. Alunni..... 10%.....

ARTICOLAZIONE DELLE COMPETENZE IN ABILITA' E CONOSCENZE

COMPETENZE	ABILITA'/CAPACITA'	CONOSCENZE
1. Saper individuare le motivazioni che hanno portato alla sostituzione delle monete nazionali con un'unica: l'euro. Conoscere gli attori della scena economica. Conoscere le caratteristiche della domanda e dell'offerta e della composizione del mercato economico. Conoscere la struttura di un'azienda ed il suo funzionamento. Saper riconoscere e classificare i diversi tipi di imprese sotto l'aspetto giuridico.	1. Saper applicare la conversione tra lira e euro. Saper riconoscere i soggetti raffigurati sulle monete e sulle banconote. Saper riconoscere il ruolo principale delle imprese nel panorama economico italiano. Analizzare il funzionamento dell'attività di gestione. Riconoscere i diversi tipi di imprese sotto l'aspetto giuridico.	1. Storia dell'Unione Europea; il nome, il simbolo, il tasso di conversione dell'euro. Le monete e le banconote. I benefici e gli svantaggi dell'introduzione della moneta unica. L'impresa. La produzione. Il mercato. La distribuzione.
2. Conoscere la storia e gli orientamenti del marketing. Apprezzare la necessità delle ricerche di mercato per adeguare la performance aziendale ai reali bisogni dei consumatori. Conoscere le attività di segmentazione e	2. Saper riconoscere le diverse modalità di conduzione di ricerche di mercato. Conoscere le tecniche di segmentazione e i livelli di posizionamento aziendale.	2. Evoluzione del marketing. Il sistema delle ricerche di marketing. Tipi di ricerche. Segmentazione e posizionamento. Il piano di marketing.

posizionamento dell'impresa.		
3. Conoscere il significato delle variabili del marketing mix. Conoscere le opportunità di Internet, del nuovo veicolo di distribuzione globale.	3. Saper analizzare le variabili del marketing mix coerentemente con il marketing strategico. Analizzare, da utenti, la compravendita on-line.	L'economia circolare; proponimenti per la sostenibilità dell'economia del futuro. Il prodotto. Il prezzo. La pubblicità. La distribuzione (vendita). Le aziende e Internet. La compravendita on-line.

3. CONTENUTI DEL PROGRAMMA

Storia dell'Unione Europea; il nome, il simbolo, il tasso di conversione dell'euro. Le monete e le banconote. I benefici e gli svantaggi dell'introduzione della moneta unica.

Il Calcolo percentuale.

L'impresa. La produzione.

Il mercato. La distribuzione.

Evoluzione del marketing.

Il sistema delle ricerche di marketing. Tipi di ricerche.

Segmentazione e posizionamento.

Il piano di marketing.

Il prodotto. Il prezzo. La pubblicità. La distribuzione (vendita). Le aziende e Internet. La compravendita on-line.

4. COMPETENZE TRASVERSALI DI CITTADINANZA

L'economia circolare; proponimenti per la sostenibilità dell'economia del futuro.

6. METODOLOGIE

Libri di testo	x		
Dispense, schemi	x	Computer	x
Dettatura di appunti	x	L.I.M.	x

7. STRUMENTI DIDATTICI

- a) Testi adottati: libro di testo
- b) Power point del professore

8. MODALITA' DI VALUTAZIONE E DI RECUPERO

TIPOLOGIA DI PROVE DI VERIFICA	SCANSIONE TEMPORALE
Prove scritte ...2..... Prove orali 2..... Prove pratiche	N. verifiche sommative previste per il I quadrimestre ed il II quadrimestre 2 per quadrimestre.....
MODALITÀ DI RECUPERO	MODALITÀ DI APPROFONDIMENTO
● Recupero curricolare: in itinere	● Riviste di settore..... ● Case history
	Attività previste per la valorizzazione delle eccellenze ● Tesine a tema ● Ricerca di mercato

Il Docente
RAFFAELE FONTANELLA