

## PROGRAMMA SVOLTO DAL DOCENTE DISCIPLINARE

<b>ANNO SCOLASTICO:</b>	2023/2024
<b>CLASSE:</b>	3 <sup>a</sup> AM
<b>DISCIPLINA:</b>	ECONOMIA E MARKETING DELLE AZIENDE DI MODA
<b>DOCENTE:</b>	D'APOLITO ISABELLA
<b>TESTO IN USO:</b>	STRATEGIE DI MARKETING Impresa, mercato & distribuzione, G. BUGANE', V. FOSSA, HOEPLI EDITORE

### PROGRAMMA DETTAGLIATO

## UDA 1 RICONOSCERE I FONDAMENTI DELL'ECONOMIA AZIENDALE

### LEZIONE 1 L'attività economica e l'impresa

Bisogni, beni e servizi: caratteristiche e tipologie; la gerarchia dei bisogni e la piramide di Maslow. L'attività economica: produzione, scambio, consumo, risparmio e investimento. I soggetti dell'attività economica: le imprese e le aziende. Classificazione delle imprese in base alla forma giuridica, dimensione, settore e localizzazione Le funzioni aziendali: primarie, di supporto, infrastrutturali, marketing. La struttura organizzativa dell'impresa e la sua rappresentazione grafica.

### LEZIONE 2 Imprese individuali e società

Le imprese individuali e collettive. Il contratto di società e i suoi elementi essenziali. Le società di persone e le società di capitali.

#### **Approfondimenti:**

- Capitale umano: il più alto valore nascosto nel bilancio d'impresa Technogym
- Cattolica, Generali nuovo socio di riferimento: il Gruppo si trasformerà in s.p.a.

### LEZIONE 3 Strumenti operativi

I rapporti e le proporzioni. I calcoli percentuali. I grafici e le tabelle.

## UDA 2 INTERPRETARE LE SCELTE IMPRENDITORIALI

### LEZIONE 1 Il sistema imprenditoriale italiano

Il sistema produttivo italiano e la filiera produttiva; la localizzazione, la delocalizzazione e gli effetti prodotti nel Paese di origine e di destinazione; il Back Reshoring.

#### **APPROFONDIMENTI:**

**Il sistema moda italiano:** il sistema moda, il Made in Italy, l'organizzazione delle aziende italiane della moda (l'impresa integrata, la rete di imprese, i distretti industriali italiani della moda, la subfornitura nel settore abbigliamento)

**La filiera produttiva:** la filiera produttiva nel sistema moda; classificazione rappresentazione della filiera del sistema moda; il settore abbigliamento; le imprese e le fiere del settore abbigliamento; i diversi cicli operativi (programmato, pronto moda, semiprogrammato, fast fashion)

### LEZIONE 2 Strategie imprenditoriali

Il concetto di strategia, il ruolo e la pianificazione strategica; vision e mission; le varie strategie imprenditoriali (leadership di costo, differenziazione e specializzazione)

## **UDA 3 Inquadrare le attività di marketing delle imprese**

### **LEZIONE 1 Il marketing**

Il marketing e i suoi caratteri; il concetto di mercato; il mercato obiettivo; i due principi guida del marketing: analisi del consumatore e analisi della concorrenza; il concetto di nicchia di mercato; il marketing strategico e il marketing operativo (4P del marketing)

#### **Approfondimento:**

- Ecco perché gli abiti dei negozi di Zara & Co. hanno prezzi così bassi

### **LEZIONE 2 L'ambiente di marketing**

L'ambiente di marketing. Il microambiente (clienti fornitori, intermediari e concorrenti) e il macroambiente (economico, politico-legislativo, tecnologico, sociale e culturale)

#### **APPROFONDIMENTI:**

**Il contratto e i suoi elementi:** la nozione di contratto, l'accordo delle parti, la causa, l'oggetto e la forma; la classificazione.

**Il contratto di compravendita:** il concetto di compravendita e caratteristiche del contratto, obblighi del venditore e del compratore, le fasi del contratto di compravendita, gli elementi essenziali e accidentali del contratto.

**I contratti del sistema moda:** il contratto di licenza del marchio, il contratto di agenzia, il contratto di franchising, il contratto di subfornitura e il co-branding

#### **Correlazione della disciplina con educazione civica:**

Il settore moda tra sostenibilità e impatto ambientale. L'ambiente nella Costituzione Italiana: art.9 e art. 41. Il concetto di sostenibilità e come attuarla. Il passaggio da un'economia lineare a un'economia circolare. Come sta cambiando la moda (impatto ambientale) e innovazione vegan nel mondo della moda.

#### **Uscita didattica:**

Visita al Laboratorio sartoriale Drittofilo Metatelier. Obiettivi: far conoscere allo studente la realtà imprenditoriale mantovana; vivere concretamente le diverse fasi del processo produttivo, dall'ideazione alla realizzazione del prodotto moda; riconoscere le strategie di marketing di un'azienda del sistema moda.

Il Docente

Isabella D'Apolito

*(firma autografa sostituita a mezzo stampa)*