



Centro
Territoriale
per l'Inclusione
I.I.S. "E. FERRARI"
BATTIPAGLIA (CS)



Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca

Ufficio Scolastico Regionale per la Campania

ISTITUTO ISTRUZIONE SUPERIORE "E.FERRARI"

Istituto Professionale per i servizi per l'Enogastronomia e l'Ospitalità Alberghiera cod. mecc. SARH02901B

Istituto Professionale per l'Industria e l'Artigianato cod. mecc. SARIO2901V

Istituto Tecnico settore tecnologico - Agraria, Agroalimentare e Agroindustria cod. mecc. SATF02901Q

Via Rosa Jemma, 301 - 84091 BATTIPAGLIA - tel. 0828370560 - fax 0828370651 - C.F.: 91008360652 - Codice Mecc. SAIS029007

Internet: www.iisferraribattipaglia.it - post.cert. SAIS029007@pec.istruzione.it – C.U.U. UFR6ED

PROGRAMMAZIONE DISCIPLINARE

ANNO SCOLASTICO: 2017/2018

ISTITUTO: Enzo Ferrari

INDIRIZZO: Produzioni Tessili Sartoriali (PTS)

CLASSE: V SEZIONE: A

DISCIPLINA: Tecniche di distribuzione e marketing

DOCENTE: MAZZEO ANTONIO

QUADRO ORARIO: n° 3 ore settimanali

1. ANALISI DELLA SITUAZIONE DI PARTENZA PROFILO GENERALE DELLA CLASSE:

La classe è formata da 12 ragazze, di cui 3 diversamente abili che seguono una programmazione differenziata. Se da un lato il comportamento della classe è in genere tranquillo, dal punto di vista del profitto i risultati emersi sono sufficienti.

LIVELLI DI PROFITTO: Marketing	LIVELLO BASSO (voti inferiori alla sufficienza) N° Alunni:	LIVELLO BASE (voti 6) N. Alunni: 10	LIVELLO INTERMEDIO (voti 7-8) N. Alunni: 2	LIVELLO AVANZATO (voti -9-10) N. Alunni: 0
--	---	--	---	---

FONTI DI RILEVAZIONE DEI DATI:

- Esercitazioni alla lavagna.
- Colloqui con gli alunni.

2. FINALITA' DELLA DISCIPLINA

CONOSCENZE

- Modalità e norme di concorrenza sui mercati di settore
- Prodotto, prezzo, distribuzione e comunicazione secondo criteri di marketing operative
- Forme di distribuzione, commercializzazione e vendita.

ABILITA'

- Collaborare efficacemente nei servizi di comunicazione e di assistenza al cliente
- Suggerire metodi e forme di presentazione del prodotto nei punti di vendita
- Utilizzare i diversi media per la commercializzazione e la diffusione del prodotto.

OBIETTIVI MINIMI

Livello della sufficienza e minimi irrinunciabili

- far conoscere le finalità della disciplina attraverso l'esplicazione sistematica degli obiettivi relativi alle varie unità didattiche;
- favorire la maturazione personale attraverso lo sviluppo delle capacità di ascolto, di dialogo, di collaborazione e di ragionamento;

- sviluppare le capacità cognitive ed operative attraverso la produzione e l'interpretazione di testi specifici;
- sviluppare le competenze comunicative attraverso l'acquisizione di un lessico tecnico di base per la lettura e la decodificazione di testi non complessi di natura economico-aziendale.

In accordo con gli obiettivi generali fissati dal consiglio di classe, la disciplina dovrà permettere agli allievi di

- acquisire: la conoscenza e la consapevolezza delle problematiche economico- aziendali trattate;
- la conoscenza del contenuto dei documenti analizzati e della loro utilizzazione nell'ambito dell'attività economica della azienda;
- la capacità di applicare le metodologie di calcolo alla soluzione di semplici problemi economici

4. COMPETENZE

- Riconoscere il ruolo degli attori dell'ambiente economico competitivo dell'impresa
- Riconoscere il rapporto tra soddisfazione del cliente, fedeltà del cliente e obiettivi economici dell'impresa
- Individuare i compiti del marketing
- Definire il contenuto e gli obiettivi del piano di marketing
- Utilizzare le leve del marketing mix, le politiche riguardanti il brand e le azioni di marketing relazionale per attuare una efficace strategia di sviluppo
- Gestione di canali e forme distributive diverse
- Modalità attraverso cui un'azienda può trarre vantaggi dalla presenza sul web.

5. COMPETENZE TRASVERSALI DI CITTADINANZA

A) COMPETENZE DI CARATTERE METODOLOGICO E STRUMENTALE

- **Imparare ad imparare:** organizzare e gestire il proprio apprendimento, utilizzare un proprio metodo di studio e di lavoro.
- **Progettare:** elaborare e realizzare attività seguendo la logica della progettazione.

- **Risolvere problemi:** individuare le strategie di risoluzione del problema e di definire i passi necessari, di formulare un'ipotesi di soluzione e di verificare la correttezza.
- **Individuare collegamenti e relazioni:** esplicitare giudizi critici distinguendo i fatti dalle operazioni, gli eventi dalle congetture, le cause dagli effetti, comprendere, interpretare ed intervenire in modo personale negli eventi del mondo.
- **Acquisire e interpretare l'informazione ricevuta:** costruire conoscenze significative e dotate di senso.

B) COMPETENZE DI RELAZIONE E INTERAZIONE

- **Collaborare e partecipare:** Interagire in gruppo attraverso le attività laboratoriali, acquisendo un apprendimento collaborativo, nel quale ciascuno riconosce la propria identità individuale, interagendo con gli altri in modo efficace.
- **Comunicare:** La competenza si collega alla capacità di usare un linguaggio appropriato e specifico in ogni singola disciplina e a rappresentare eventi e fenomeni utilizzando schematizzazioni di vario tipo.

C) COMPETENZE LEGATE ALLO SVILUPPO DELLA PERSONA, NELLA COSTRUZIONE DEL SÉ

- **Agire in modo autonomo e responsabile:** Agire in modo responsabile, sapendosi inserire in modo attivo e consapevole nella vita sociale, identificando e prevenendo situazioni di rischio per sé, per gli altri e per l'ambiente, riconoscendo limiti, regole e responsabilità.

6. CONTENUTI DEL PROGRAMMA

U.D.A. n°1 : Recupero prerequisiti

U.D.A. n°2 : MODALITA' E NORME DI CONCORRENZA SUI MERCATI DI SETTORE

U.D.A. n°3 : IL MARKETING OPERATIVO

U.D.A. n°4 FORME DI DISTRIBUZIONE, COMMERCIALIZZAZIONE E VENDITA

Vedi schede della programmazione in U.D.A. allegate da n° 1 a n°4.

7. MODALITA' DI VALUTAZIONE E DI RECUPERO TIPOLOGIA DI PROVE DI VERIFICA

Prove scritte
Prove orali

SCANSIONE TEMPORALE

N. verifiche previste per il primo trimestre: 3
N. verifiche previste per il secondo pentamestre: 5

MODALITÀ DI RECUPERO/POTENZIAMENTO

Recupero curricolare

MODALITÀ DI APPROFONDIMENTO

ATTIVITÀ PREVISTE:

- ✓ Ripetizione e ricerche degli argomenti svolti con lavori di gruppo.
- ✓ Assegnazione, verifica e valutazione di compiti personalizzati e specifici

8. GRIGLIA DI VALUTAZIONE

GRIGLIA DI VALUTAZIONE DEI RISULTATI RAGGIUNTI				
Livello EQF	Descrittori	N. alunni	Voto in decimi	Grado di Padronanza
3	Comprende le informazioni principali e secondarie e sa rielaborare e collegare autonomamente, utilizzando varie fonti. Espone in modo corretto e linguisticamente appropriato. Esprime valutazioni personali e le argomenta.		9-10	AVANZATO
2	Comprende le informazioni principali e le sa rielaborare e collegare in modo pertinente alle richieste. Espone e utilizza i linguaggi specifici in modo corretto. Esprime semplici valutazioni personali.		7-8	INTERMEDIO

1	Comprende le informazioni principali di testi orali/scritti. Espone e utilizza i linguaggi specifici in modo semplice, se guidato.		6	BASE
/ /			≤ 5	NON RAGGIUNTO

Battipaglia, novembre 2017

Il docente
Antonio Mazzeo

ORGANIZZAZIONE DELLA PROGRAMMAZIONE IN U.D.A.

U.D.A. N°1

DISCIPLINA: Tecniche di distribuzione e marketing

PERIODO: Trimestre

CLASSE: V

SEZIONE: A

INDIRIZZO: PTS

TITOLO DELL'U.D.A.: RECUPERO PREREQUISITI

SINTESI Il docente, con la seguente U.D.A. persegue, nella propria azione didattica ed educativa, l'obiettivo prioritario di far acquisire allo studente le seguenti competenze di base: alla fine dell'U.D.A. tutti gli studenti dovranno essere in grado di conoscere le caratteristiche generali dell'azienda.

COMPETENZE	CONOSCENZE	ABILITA'
Riconoscere le caratteristiche essenziali del sistema socio-economico per orientarsi nel tessuto produttivo del proprio territorio locale e nazionale	L'AZIENDA: Le tipologie di aziende, Le imprese, Le tipologie di imprese, L'imprenditore, Tipologie di Società; IL CAPITALE E L'INVENTARIO: Aspetto qualitativo del capitale, Aspetto quantitativo del Capitale, L'inventario, LA GESTIONE DELLE IMPRESE: I momenti tipici della gestione, Gestione interna e gestione esterna, Aspetto finanziario ed aspetto economico della gestione IL REDDITO D'IMPRESA: Il reddito globale e la sua misurazione, Il reddito di esercizio e la sua misurazione, Il concetto di competenza IL MERCATO E LA CONCORRENZA: Domanda e offerta, Il mercato e la concorrenza, Le reti di distribuzione	Saper individuare le relazioni tra i soggetti dell'attività economica.

SEQUENZA IN FASI

Fase 1 PROGETTAZIONE	Tempi di realizzazione (durata in ore e periodo) n. ore: 36 Mesi: Settembre – Ottobre – Novembre - Dicembre Spazi: Aula
Fase 2 REALIZZAZIONE	Metodologie per l'apprendimento Lezioni frontali Lezioni partecipate Strumenti Libri di testo e risorse digitali Testi didattici di supporto Scheda predisposta dal docente Computer
Fase 3 MONITORAGGIO DEGLI APPRENDIMENTI	Tipologia di verifica Elaborato scritto Prova orale Risoluzione di problema Esercizi

U.D.A. N°2

DISCIPLINA: Tecniche di distribuzione e marketing

PERIODO: Pentamestre

CLASSE: V

SEZIONE: A

INDIRIZZO: PTS

TITOLO DELL'U.D.A.: MODALITA' E NORME DI CONCORRENZA SUI MERCATI DI SETTORE

SINTESI Il docente, con la seguente U.D.A. persegue, nella propria azione didattica ed educativa, l'obiettivo prioritario di far acquisire allo studente la conoscenza dei comportamenti economici e legali.

COMPETENZE	CONOSCENZE	ABILITA'
Conoscere, comprendere e analizzare le modalità e le regole (formali e non formali) con le quali i vari soggetti del sistema economico interagiscono tra di loro	L'IMPRESA TESSILE ITALIANA E IL PRODOTTO MODA: Il settore tessile in Italia, I modelli d'impresa delle PMI, La subfornitura, La filiera produttiva, I cluster territoriali e il mondo globale I MERCATI DI CONSUMO E I BISOGNI DEL CONSUMATORE: Il prezzo e la segmentazione di mercato, La piramide di Maslow e l'abbigliamento, Il consumatore e i suoi bisogni, Il mercato e l'identità di prodotto delle PMI IL MARKETING E LE RICERCHE PER VINCERE LA CONCORRENZA: Il marketing nell'ottica imprenditoriale, Le ricerche di mercato, Le ricerche sulle vendite, Analisi qualitative e ricerca azione, La pianificazione aziendale mediante la matrice SWOT.	Padroneggiare gli strumenti espressivi ed argomentativi indispensabili per gestire l'interazione comunicativa verbale. Sapersi orientare efficacemente nei servizi di comunicazione e di assistenza ai consumatori

SEQUENZA IN FASI

Fase 1 PROGETTAZIONE	Tempi di realizzazione (durata in ore e periodo) n. ore: 6 Mesi: Gennaio Spazi: Aula
--------------------------------	---

Fase 2 REALIZZAZIONE	Metodologie per l'apprendimento Lezioni frontali Lezioni partecipate Problem Solving Strumenti Libri di testo e risorse digitali Testi didattici di supporto Scheda predisposta dal docente
Fase 3 MONITORAGGIO DEGLI APPRENDIMENTI	Tipologia di verifica Elaborato scritto Prova orale Risoluzione di problema Esercizi

U.D.A. N°3

DISCIPLINA: Marketing

PERIODO: Pentamestre

CLASSE: V

SEZIONE: A

INDIRIZZO: PTS

TITOLO DELL'U.D.A.: IL MARKETING OPERATIVO

SINTESI Il docente, con la seguente U.D.A. persegue, nella propria azione didattica ed educativa, l'obiettivo prioritario di far acquisire allo studente le seguenti competenze di base: il marketing.

COMPETENZE	CONOSCENZE	ABILITA'
Individuare le strategie appropriate per la soluzione di problemi di tipo economico e di immagine dell'azienda.	IL MARKETING MIX: La strategia aziendale, Il prodotto, Il prezzo, La distribuzione, La comunicazione IL BRAND E GLI STRUMENTI DI COMUNICAZIONE: Il marchio, la marca e la griffe, La marca e la classificazione del settore moda, Il brand, L'identità di marca e il prodotto moda, La marca e la comunicazione integrate, Brand portfolio e brand mix, Le professionalità legate al brand IL MARKETING RELAZIONALE: Comunicare con il consumatore, Relationship Marketing, Il venditore: un uomo di marketing, Lo shopping esperienziale e l'atmosfera del punto vendita, La customer satisfaction	Utilizzare i diversi media per la commercializzazione e la diffusione del prodotto. Suggerire metodi e forme di presentazione del prodotto nei punti vendita.

SEQUENZA IN FASI

Fase 1 PROGETTAZIONE	Tempi di realizzazione (durata in ore e periodo) n. ore: 15 Mesi: Gennaio – Febbraio Spazi: Aula
--------------------------------	---

Fase 2 REALIZZAZIONE	Metodologie per l'apprendimento Lezioni frontali Lezioni partecipate Problem Solving Strumenti Libri di testo e risorse digitali Testi didattici di supporto Scheda predisposta dal docente Computer
Fase 3 MONITORAGGIO DEGLI APPRENDIMENTI	Tipologia di verifica Elaborato scritto Prova orale Risoluzione di problema Esercizi

U.D.A. N°4

DISCIPLINA: Tecniche di distribuzione marketing

PERIODO: Pentamestre

CLASSE: V

SEZIONE: A

INDIRIZZO: PTS

TITOLO DELL'U.D.A.: FORME DI DISTRIBUZIONE, COMMERCIALIZZAZIONE E VENDITA

SINTESI Il docente, con la seguente U.D.A. persegue, nella propria azione didattica ed educativa, l'obiettivo prioritario di far acquisire allo studente le seguenti competenze di base: forme di distribuzione e commercializzazione, e vendita.

COMPETENZE	CONOSCENZE	ABILITA'
Riconoscere le caratteristiche essenziali dei vari canali di distribuzione . Saper individuare i vantaggi e gli svantaggi dei vari format distributivi in relazione al territorio .	IL TRADE MARKETING: La scelta del canale distributivo, Il canale diretto, Il canale indiretto, La distribuzione e i servizi core e non core, Il trade marketing manager IL VISUAL MERCHANDISING: Il merchandising, L'operatività del visual merchandising, Il piano di visual, Merchandising, Organizzazione del layout del punto vendita, L'esposizione della merce, Le strategie per un retail eccellente.	Saper individuare le relazioni dell'azienda con l'esterno , che rappresentano il trampolino di lancio per una politica distributiva e di vendita eccellente.

SEQUENZA IN FASI

Fase 1 PROGETTAZIONE	Tempi di realizzazione (durata in ore e periodo) n. ore: 9 Mesi: Marzo Spazi: Aula
--------------------------------	---

Fase 2 REALIZZAZIONE	Metodologie per l'apprendimento Lezioni frontali Lezioni partecipate Problem Solving Strumenti Libri di testo e risorse digitali Testi didattici di supporto Scheda predisposta dal docente
Fase 3 MONITORAGGIO DEGLI APPRENDIMENTI	Tipologia di verifica Elaborato scritto Prova orale Risoluzione di problema Esercizi

Battipaglia, Novembre 2017

Antonio Mazzeo