

## Disciplina: Economia e marketing delle aziende della moda - Area Indirizzo

### Competenze:

Saper interpretare i comportamenti dei soggetti del sistema moda e in particolare riconoscere le strategie adottate  
 Acquisire una visione sistemica dell'azienda  
 Individuare le relazioni tra le imprese appartenenti alla filiera del T-A  
 Utilizzare un lessico appropriato e comprendere testi economici e in particolare di marketing  
 Applicare la logica economica alla valutazione delle decisioni di breve e lungo periodo  
 Utilizzare i concetti e gli strumenti appresi in altre discipline, in particolare tecnologia e matematica  
 Utilizzare e comprendere i mezzi di comunicazione tradizionali e digitali  
 Riconoscere l'utilizzo del marketing nella vita quotidiana

<b>Conoscenze:</b>	<b>Abilità:</b>
<p>La strategia d'impresa: network, corporate, business e brand level            Il vantaggio competitivo            L'impresa rete e i distretti industriali, integrazione e disintegrazione verticale, esternalizzazione e delocalizzazione, la subfornitura, il franchising            I modelli di business delle aziende della moda: cicli operativi e tipologie di produzione, fascia di prezzo e immagine del brand, canali distributivi            Le alternative strategiche, il lifestyle            Le modalità di realizzazione delle alternative strategiche: crescita interna ed esterna, accordi e alleanze            Il marketing strategico: collegamenti tra strategia e marketing, il marketing relazionale            Strategia e marketing delle imprese commerciali al dettaglio: merchandising e visual merchandising            La pianificazione e il business plan con riferimento particolare al piano di marketing            L'analisi SWOT: punti di forza e debolezza, minacce ed opportunità            La programmazione e il controllo di gestione, il budget e la sua composizione</p>	<p>Identificare le strategie seguite dalle imprese della moda durante la loro esistenza e le modalità di attuazione tramite l'analisi di casi aziendali</p> <p>Individuare le relazioni tra imprese nell'ambito della filiera</p> <p>Distinguere i principali modelli di business e apprezzare la coerenza tra i vari elementi che lo compongono</p> <p>Distinguere tra crescita interna ed esterna e soluzioni ibride</p> <p>Individuare i collegamenti tra marketing e strategia</p> <p>Individuare gli strumenti per costruire una relazione di lungo periodo con la clientela            Costruire un piano di marketing semplificato</p> <p>Individuare minacce e opportunità, punti di forza e debolezza</p> <p>Costruire il budget delle vendite, degli acquisti e della produzione</p>

<p>La contabilità dei costi          La determinazione del costo di produzione          I calcoli di convenienza di breve periodo          Il punto di pareggio (break even point) dell'impresa monoprodotta e multiprodotta, il punto di pareggio relativo</p>	<p>Calcolare i costi di produzione a partire da un insieme di dati</p> <p>Effettuare calcoli di convenienza</p> <p>Calcolare il punto di pareggio</p>
---	---

<p><b>Obiettivi Minimi:</b></p>
<p>Conoscere il lessico specialistico dell'economia e del marketing          Riconoscere le principali strategie adottate dalle imprese e le relative modalità di realizzazione          Distinguere le relazioni tra imprese nell'ambito della filiera          Distinguere tra attività di pianificazione e programmazione          Calcolare i costi di produzione e il punto di pareggio</p>

<b>Metodologie:</b>	<b>Valutazione/Tipologie di Verifiche:</b>
<p>Lezione frontale          Lezione partecipata          Discussione di casi aziendali          Problem solving          Lavori singoli e di gruppo          Analisi di siti web aziendali          Simulazione del modello di business di una ipotetica startup</p>	<p>Tipologie:          verifiche periodiche scritte e orali          ricerche, individuali o di gruppo, su argomenti assegnati dal docente          descrizione e interpretazione di casi aziendali</p> <p>Criteri di valutazione:          correttezza, completezza e pertinenza delle risposte          utilizzo di un lessico appropriato          chiarezza espositiva          capacità di analisi, sintesi e pensiero critico          comprensione dell'argomento e della domanda</p>