

<b>DIPARTIMENTO: MODA</b>	<b>MATERIA: TECNICHE DI DISTRIBUZIONE E MARKETING</b>	
<b>CLASSE: 4 PTS</b>	<b>INDIRIZZO: PRODUZIONI TESSILI E SARTORIALI</b>	

## MODULO 1 : MODALITA' E NORME DI CONCORRENZA SUI MERCATI DI SETTORE

### UDA – 1.1 : L'IMPRESA TESSILE ITALIANA E IL PRODOTTO MODA

COMPETENZE CT_4 CT_5 CT_6	CONOSCENZE	ABILITÀ
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Innovare e valorizzare sotto il profilo creativo e tecnico le produzioni tradizionali del territorio</li> <li>✓ Riconoscere gli aspetti di efficacia, efficienza ed economicità e applicare i sistemi di controllo-qualità nella propria attività lavorativa</li> <li>✓ Padroneggiare tecniche di lavorazione e adeguati strumenti gestionali nella elaborazione, diffusione e commercializzazione dei prodotti artigianali</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Conoscere il settore tessile in Italia e l'organizzazione della filiera produttiva</li> <li>✓ Conoscere il prodotto tessile-abbigliamento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Saper classificare le imprese del tessile in Italia</li> <li>✓ Saper descrivere i differenti settori produttivi</li> <li>✓ Saper individuare il profilo dei subfornitori in base al tipo di lavorazione fornita</li> </ul>
STRUMENTI	METODOLOGIE	VERIFICHE
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Lezioni frontali utilizzando il libro di testo</li> <li>✓ Appunti</li> <li>✓ Grafici</li> <li>✓ Articoli di giornale</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Lezione frontale</li> <li>✓ Lezione partecipata</li> <li>✓ Lavori di gruppo</li> <li>✓ Ricerche individuali</li> <li>✓ Mappa dei concetti</li> </ul>	<p>Le verifiche saranno formative sommative.</p> <p>Le prime servono a verificare il conseguimento degli obiettivi durante l'attività didattica relativa a una fase del percorso formativo ( una singola attività didattica).</p> <p>Le seconde servono a registrare il livello di possesso degli obiettivi alla fine di ciascuna fase del percorso formativo (un modulo) mediante prove, sia scritte (strutturate, semistrutturate, non strutturate), sia orali.</p>

**MODULO 1 : MODALITA' E NORME DI CONCORRENZA SUI MERCATI DI SETTORE****UDA – 1.2 :I MERCATI DI CONSUMO E I BISOGNI DEL CONSUMATORE**

COMPETENZE	CONOSCENZE	ABILITÀ
<ul style="list-style-type: none"><li>✓ CT_4</li><li>✓ CT_5</li><li>✓ CT_6</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Conoscere i mercati e i bisogni del consumatore</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Saper applicare le variabili per segmentare il mercato</li><li>✓ Saper individuare i cambiamenti nei comportamenti di consumo</li></ul>
STRUMENTI	METODOLOGIE	VERIFICHE
<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Lezioni frontali utilizzando il libro di testo</li><li>✓ Appunti</li><li>✓ Grafici</li><li>✓ Articoli di giornale</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Lezione frontale</li><li>✓ Lezione partecipata</li><li>✓ Lavori di gruppo</li><li>✓ Ricerche individuali</li><li>✓ Mappa dei concetti</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Le verifiche saranno formative e sommative.</li><li>✓ Le prime servono a verificare il conseguimento degli obiettivi durante l'attività didattica relativa a una fase del percorso formativo (una singola attività didattica).</li><li>✓ Le seconde servono a registrare il livello di possesso degli obiettivi alla fine di ciascuna fase del percorso formativo (un modulo) mediante prove, sia scritte (strutturate, semistrutturate, non strutturate), sia orali.</li></ul>

**MODULO 1 : MODALITA'E NORME DI CONCORRENZA SUI MERCATI DI SETTORE****UDA – 1.3 : IL MARKETING E LE RICERCHE PER VINCERE LA CONCORRENZA**

COMPETENZE	CONOSCENZE	ABILITÀ
<ul style="list-style-type: none"><li>✓ CT_4</li><li>✓ CT_5</li><li>✓ CT_6</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Conoscere le strategie di marketing per vincere la concorrenza</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Saper applicare le ricerche di mercato per individuare i bisogni del consumatore</li><li>Saper elaborare semplici strategie di marketing per vincere la concorrenza</li></ul>
STRUMENTI	METODOLOGIE	VERIFICHE
<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Lezioni frontali utilizzando il libro di testo</li><li>✓ Appunti</li><li>✓ Grafici</li><li>✓ Articoli di giornale</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Lezione frontale</li><li>✓ Lezione partecipata</li><li>✓ Lavori di gruppo</li><li>✓ Ricerche individuali</li><li>✓ Mappa dei concetti</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Le verifiche saranno formative e sommative.</li><li>✓ Le prime servono a verificare il conseguimento degli obiettivi durante l'attività didattica relativa a una fase del percorso formativo (una singola attività didattica).</li><li>✓ Le seconde servono a registrare il livello di possesso degli obiettivi alla fine di ciascuna fase del percorso formativo (un modulo) mediante prove, sia scritte (strutturate, semistrutturate, non strutturate), sia orali.</li></ul>

## MODULO 2 : IL MARKETING OPERATIVO

### UDA – 2.1 : IL MARKETING MIX

COMPETENZE CT_4 CT_5 CT_6	CONOSCENZE	ABILITÀ
<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Innovare e valorizzare sotto il profilo creativo e tecnico le produzioni tradizionali del territorio</li><li>✓ Riconoscere gli aspetti di efficacia, efficienza ed economicità e applicare i sistemi di controllo-qualità nella propria attività lavorativa</li><li>✓ Padroneggiare tecniche di lavorazione e adeguati strumenti gestionali nella elaborazione, diffusione e commercializzazione dei prodotti artigianali</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Conoscere i tre livelli che compongono il prodotto</li><li>✓ Conoscere gli elementi che concorrono a definire il prezzo di un prodotto tessile-abbigliamento</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Saper elencare di un prodotto tessile-abbigliamento le caratteristiche che ne determinano il prezzo e il ciclo di vita</li></ul>
STRUMENTI	METODOLOGIE	VERIFICHE
<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Lezioni frontali utilizzando il libro di testo</li><li>✓ Appunti</li><li>✓ Grafici</li><li>✓ Articoli di giornale</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Lezione frontale</li><li>✓ Lezione partecipata</li><li>✓ Lavori di gruppo</li><li>✓ Ricerche individuali</li><li>✓ Mappa dei concetti</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Le verifiche saranno formative e sommative.</li><li>✓ Le prime servono a verificare il conseguimento degli obiettivi durante l'attività didattica relativa a una fase del percorso formativo (una singola attività didattica).</li><li>✓ Le seconde servono a registrare il livello di possesso degli obiettivi alla fine di ciascuna fase del percorso formativo (un modulo) mediante prove, sia scritte (strutturate, semistrutturate, non strutturate), sia orali.</li></ul>

**MODULO 2 : IL MARKETING OPERATIVO****UDA – 2.2 : IL BRAND E GLI STRUMENTI DI COMUNICAZIONE**

COMPETENZE	CONOSCENZE	ABILITÀ
<ul style="list-style-type: none"><li>✓ CT_4</li><li>✓ CT_5</li><li>✓ CT_6</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Conoscere gli elementi fondamentali per una strategia distributiva e di comunicazione al cliente</li><li>✓ Conoscere la differenza tra marchio ,marca e griffe</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Saper classificare le imprese tessile-abbigliamento rispetto all’uso del brand e alle forme di distribuzione e comunicazione</li><li>✓ Saper riconoscere la brand positioning in una marca</li><li>✓ Saper riconoscere in un brand i valori simbolici e la caratteristiche immateriali</li></ul>
STRUMENTI	METODOLOGIE	VERIFICHE
<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Lezioni frontali utilizzando il libro di testo</li><li>✓ Appunti</li><li>✓ Grafici</li><li>✓ Articoli di giornale</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Lezione frontale</li><li>✓ Lezione partecipata</li><li>✓ Lavori di gruppo</li><li>✓ Ricerche individuali</li><li>✓ Mappa dei concetti</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Le verifiche saranno formative e sommative.</li><li>✓ Le prime servono a verificare il conseguimento degli obiettivi durante l’attività didattica relativa a una fase del percorso formativo (una singola attività didattica).</li><li>✓ Le seconde servono a registrare il livello di possesso degli obiettivi alla fine di ciascuna fase del percorso formativo (un modulo) mediante prove, sia scritte (strutturate, semistrutturate, non strutturate), sia orali.</li></ul>

**MODULO 2 : IL MARKETING OPERATIVO****UDA – 2.3: IL MARKETING RELAZIONALE**

COMPETENZE	CONOSCENZE	ABILITÀ
<ul style="list-style-type: none"><li>✓ CT_4</li><li>✓ CT_5</li><li>✓ CT_6</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Conoscere quali elementi concorrono a creare una Relation Marketing</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Saper misurare la customer satisfaction</li></ul>
STRUMENTI	METODOLOGIE	VERIFICHE
<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Lezioni frontali utilizzando il libro di testo</li><li>✓ Appunti</li><li>✓ Grafici</li><li>✓ Articoli di giornale</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Lezione frontale</li><li>✓ Lezione partecipata</li><li>✓ Lavori di gruppo</li><li>✓ Ricerche individuali</li><li>✓ Mappa dei concetti</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Le verifiche saranno formative e sommative.</li><li>✓ Le prime servono a verificare il conseguimento degli obiettivi durante l'attività didattica relativa a una fase del percorso formativo (una singola attività didattica).</li><li>✓ Le seconde servono a registrare il livello di possesso degli obiettivi alla fine di ciascuna fase del percorso formativo (un modulo) mediante prove, sia scritte (strutturate, semistrutturate, non strutturate), sia orali.</li></ul>

**MODULO 3 : FORME DI DISTRIBUZIONE, COMMERCIALIZZAZIONE E VENDITA****UDA – 3.1 : IL TRADE MARKETING**

COMPETENZE CT_4 CT_5 CT_6	CONOSCENZE	ABILITÀ
<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Innovare e valorizzare sotto il profilo creativo e tecnico le produzioni tradizionali del territorio</li><li>✓ Riconoscere gli aspetti di efficacia, efficienza ed economicità e applicare i sistemi di controllo-qualità nella propria attività lavorativa</li><li>✓ Padroneggiare tecniche di lavorazione e adeguati strumenti gestionali nella elaborazione, diffusione e commercializzazione dei prodotti artigianali</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Conoscere i canali distributivi tradizionali ed emergenti</li><li>✓ Conoscere le mansioni del trade marketing manager</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Sapere quali sono i vantaggi e gli svantaggi dei diversi canali distributivi</li><li>✓ Saper usare la terminologia appropriata per denominare e classificare i diversi punti vendita</li></ul>
STRUMENTI	METODOLOGIE	VERIFICHE
<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Lezioni frontali utilizzando il libro di testo</li><li>✓ Appunti</li><li>✓ Grafici</li><li>✓ Articoli di giornale</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Lezione frontale</li><li>✓ Lezione partecipata</li><li>✓ Lavori di gruppo</li><li>✓ Ricerche individuali</li><li>✓ Mappa dei concetti</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Le verifiche saranno formative e sommative.</li><li>✓ Le prime servono a verificare il conseguimento degli obiettivi durante l'attività didattica relativa a una fase del percorso formativo (una singola attività didattica).</li><li>✓ Le seconde servono a registrare il livello di possesso degli obiettivi alla fine di ciascuna fase del percorso formativo (un modulo) mediante prove, sia scritte (strutturate, semistrutturate, non strutturate), sia orali.</li></ul>

**MODULO 3 : FORME DI DISTRIBUZIONE, COMMERCIALIZZAZIONE E VENDITA****UDA – 3.2: IL VISUAL MERCHANDISING**

COMPETENZE	CONOSCENZE	ABILITÀ
<ul style="list-style-type: none"><li>✓ CT_4</li><li>✓ CT_5</li><li>✓ CT_6</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Conoscere la differenza tra merchandising e visual merchandising</li><li>✓ Conoscere le aree interne ed esterne del punto vendita su cui interviene un piano di visual merchandising</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Saper individuare l'organizzazione del lay-out e i metodi di esposizione utilizzati da un punto vendita</li><li>✓ Saper individuare i tipi di vetrina scelti dal punto vendita e i principi usati nell'allestimento</li></ul>
STRUMENTI	METODOLOGIE	VERIFICHE
<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Lezioni frontali utilizzando il libro di testo</li><li>✓ Appunti</li><li>✓ Grafici</li><li>✓ Articoli di giornale</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Lezione frontale</li><li>✓ Lezione partecipata</li><li>✓ Lavori di gruppo</li><li>✓ Ricerche individuali</li><li>✓ Mappa dei concetti</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Le verifiche saranno formative e sommative.</li><li>✓ Le prime servono a verificare il conseguimento degli obiettivi durante l'attività didattica relativa a una fase del percorso formativo (una singola attività didattica).</li><li>✓ Le seconde servono a registrare il livello di possesso degli obiettivi alla fine di ciascuna fase del percorso formativo (un modulo) mediante prove, sia scritte (strutturate, semistrutturate, non strutturate), sia orali.</li></ul>



MODULO 3:FORME DI DISTRIBUZIONE, COMMERCIALIZZAZIONE E VENDITA		
UDA – 3.3 : LE ICT (INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGY)		
COMPETENZE	CONOSCENZE	ABILITÀ
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ CT_4</li> <li>✓ CT_5</li> <li>✓ CT_6</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Conoscere l'utilizzo di Internet come strumento di comunicazione, relazione e vendita</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Saper utilizzare i nuovi media per la commercializzazione e la diffusione del prodotto</li> </ul>
STRUMENTI	METODOLOGIE	VERIFICHE
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Lezioni frontali utilizzando il libro di testo</li> <li>✓ Appunti</li> <li>✓ Grafici</li> <li>✓ Articoli di giornale</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Lezione frontale</li> <li>✓ Lezione partecipata</li> <li>✓ Lavori di gruppo</li> <li>✓ Ricerche individuali</li> <li>✓ Mappa dei concetti</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Le verifiche saranno formative e sommative.</li> <li>✓ Le prime servono a verificare il conseguimento degli obiettivi durante l'attività didattica relativa a una fase del percorso formativo (una singola attività didattica).</li> <li>✓ Le seconde servono a registrare il livello di possesso degli obiettivi alla fine di ciascuna fase del percorso formativo (un modulo) mediante prove, sia scritte (strutturate, semistrutturate, non strutturate), sia orali.</li> </ul>