

PATTO FORMATIVO

TRIMESTRE					
PREREQUISITI	MODULO	ARGOMENTI	OBIETTIVI	STRUMENTO DI RILEVAZIONE	INDICATORE
<ul style="list-style-type: none"> • Saper ascoltare e comprendere un messaggio orale • Saper leggere un testo e capire il suo significato • • Saper esporre i contenuti appresi in maniera chiara • Saper utilizzare dati, mappe, grafici e documenti. 	Strutture organizzative aziendali, gruppi aziendali e poli del lusso	L'attività economica e l'azienda	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Capacità di definire e descrivere l'attività economica dell'azienda ▪ Distinguere le classificazioni delle aziende ▪ Conoscere e distinguere il soggetto giuridico e il soggetto economico ▪ Conoscere l'organizzazione dei gruppi aziendali industriali e finanziari 	Colloqui guidati	<ul style="list-style-type: none"> - Nulla(1-2) - Difficoltosa(3-4) - Poco chiara(5) - Lineare(6) - Chiara e completa(7-8) - Autonoma, precisa e sicura(9-10)
		La struttura organizzativa aziendale	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Definire i principali contenuti dell'organizzazione ▪ Individuare le fondamentali funzioni aziendali e le relative responsabilità ▪ Descrivere le caratteristiche dei compiti e delle mansioni ▪ Descrivere i principali modelli organizzativi collegandoli alle strategie aziendali 	Interrogazioni orali Prove strutturate a risposta chiusa e semistrutturate	
		Le altre variabili organizzative	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conoscere le modalità attraverso cui i diversi organi si scambiano le informazioni, i dirigenti d'azienda decidono le azioni da intraprendere, i dipendenti sono soggetti alle valutazioni dei loro superiori ▪ Fornire gli elementi che permettono di scegliere uno stile di direzione idoneo alla struttura organizzativa al fine di ottimizzare i risultati aziendali. 	Compiti di realtà	

PENTAMESTRE					
PREREQUISITI	MODULO	ARGOMENTI	OBIETTIVI	STRUMENTO DI RILEVAZIONE	INDICATORE
<ul style="list-style-type: none"> •Saper ascoltare e comprendere un messaggio orale •Saper leggere un testo e capire il suo significato •Saper esporre i contenuti appresi in maniera chiara •Saper utilizzare dati, mappe, grafici e documenti 	I principali contratti commerciali.	I principali contratti tipici: la compravendita, la locazione, il mandato, il mutuo.	<ul style="list-style-type: none"> ▪Conoscere il concetto di tipicità del contratto ▪Definire i contratti di compravendita e i contratti di locazione, mandato e mutuo. 	Colloqui guidati Interrogazioni orali Prove strutturate a risposta chiusa e semistrutturate	<ul style="list-style-type: none"> - Nulla(1-2) - Difficoltosa(3-4) - Poco chiara(5) - Lineare(6) - Chiara e completa(7-8) - Autonoma, precisa e sicura(9-10)
	I contratti commerciali e alcuni contratti atipici I contratti del sistema moda	Il contratto estimatorio, la somministrazione, l'appalto, l'agenzia, la mediazione, il deposito è il contratto di assicurazione. Il leasing, il factoring, engineering, catering, franchising	<ul style="list-style-type: none"> ▪Definire i contratti tipici maggiormente diffusi nella prassi commerciale ▪Cogliere analogie differenze delle diverse tipologie contrattuali ▪Formulare un contratto nei suoi elementi essenziali, nel rispetto della relativa disciplina. 		
	I contratti bancari	Il deposito il conto corrente l'apertura di credito lo sconto	<ul style="list-style-type: none"> ▪Definire il ruolo e l'importanza delle banche nella nostra economia ▪Descrivere i caratteri essenziali dei principali contratti bancari 		

<p>documenti.</p>	<p>I contratti del sistema moda</p>	<p>Licenza del marchio Contratto di agenzia Franchising Subfornitura Co-branding</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Saper distinguere i contratti tipici e atipici del sistema moda in base alle loro caratteristiche 	<p>Compiti di realtà</p>	<p>sicura(9-10)</p>
	<p>Pianificazione aziendale e pianificazione di marketing</p>	<p>Elementi essenziali di pianificazione aziendale e di pianificazione di marketing</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conoscere gli elementi essenziali della pianificazione aziendale e dei suoi strumenti ▪ Individuare gli obiettivi di un'impresa collegando quelli generali con quelli specifici di marketing ▪ Conoscere le funzioni del marketing management ▪ Comprendere e redigere un piano di marketing 		
	<p>La gestione del personale</p>	<p>L'organizzazione del lavoro, il rapporto di lavoro subordinato, il contratto di apprendistato le collaborazioni coordinate e continuative L'amministrazione del personale</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conoscere le modalità di formazione del contratto di lavoro subordinato. ▪ Individuare i soggetti del rapporto di lavoro e i relativi diritti poteri ed obblighi ▪ Elementi essenziali di amministrazione del personale 	<p>Colloqui guidati</p> <p>Interrogazioni orali</p> <p>Prove strutturate a risposta chiusa e semistrutturate</p> <p>Compiti di realtà</p>	<p>- Nulla(1-2)</p> <p>- Difficoltosa(3-4)</p> <p>- Poco chiara(5)</p> <p>- Lineare(6)</p> <p>- Chiara e completa(7-8)</p> <p>- Autonoma, precisa e sicura(9-10)</p>

LIBRO DI TESTO: Alessandra AVOLIO - ECONOMIA E MARKETING DELLE AZIENDE DI MODA — ED. SIMONE PER LA SCUOLA

FIRMA PROF. _____