

# **PATTO FORMATIVO**

1^ TRIMESTRE					
PREREQUISITI	MODULO	ARGOMENTI	OBIETTIVI	STRUMENTO DI RILEVAZIONE	INDICATORE
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saper ascoltare e comprendere un messaggio orale</li> <li>• Saper leggere un testo e capire il suo significato</li> <li>• Saper esporre i contenuti appresi in maniera chiara</li> <li>• Saper utilizzare dati, mappe, grafici e documenti.</li> </ul>	<b>Impresa e imprenditore, gli ausiliari dell'imprenditore</b>	Il concetto di impresa l'imprenditore secondo il codice civile. Le tipologie di imprenditore.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Conoscere le figure chiave del sistema economico.</li> <li>▪ Saper riconoscere le competenze dell'imprenditore</li> <li>▪ Saper descrivere le caratteristiche di ogni tipologia di imprenditore</li> <li>▪ Distinguere il ruolo dei collaboratori dell'imprenditore.</li> </ul>	Colloqui guidati	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nulla(1-2)</li> <li>- Difficoltosa(3-4)</li> <li>- Poco chiara(5)</li> <li>- Lineare(6)</li> <li>- Chiara e completa(7-8)</li> <li>- Autonoma, precisa e sicura(9-10)</li> </ul>
	<b>Lo statuto dell'imprenditore commerciale</b>	La figura dell'imprenditore commerciale. Cenni sulle procedure concorsuali.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Conoscere la distinzione tra Imprenditore commerciale e piccolo imprenditore in relazione alle conseguenze dal fallimento.</li> </ul>	Interrogazioni orali  Prove strutturate a risposta chiusa e semistrutturate  Compiti di realtà	

2^ TRIMESTRE					
PREREQUISITI	MODULO	ARGOMENTI	OBIETTIVI	STRUMENTO DI RILEVAZIONE	INDICATORE
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saper ascoltare e comprendere un messaggio orale</li> <li>• Saper leggere un testo e capire il suo significato</li> <li>• Saper esporre i contenuti appresi in maniera chiara</li> <li>• Saper utilizzare dati, mappe, grafici e documenti.</li> </ul>	<b>L'azienda segni distintivi.</b>	I segni distintivi d'azienda La concorrenza	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Distinguere la funzione dei segni distintivi d'azienda</li> <li>▪ Saper distinguere tra "libera concorrenza" e "concorrenza sleale"</li> </ul>	Colloqui guidati	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nulla(1-2)</li> <li>- Difficoltosa(3-4)</li> <li>- Poco chiara(5)</li> <li>- Lineare(6)</li> <li>- Chiara e completa(7-8)</li> <li>- Autonoma, precisa e sicura(9-10)</li> </ul>
	<b>I segni distintivi delle aziende di moda.</b>	Il marchio e il ruolo del brand	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ L'importanza delle componenti immateriali di un'azienda</li> <li>▪ Riconoscere l'importanza del marchio nel settore della moda</li> <li>▪ Conoscere i problemi legati all'uso di un marchio nel mondo della moda</li> </ul>	Interrogazioni orali	
	<b>I diritti di privativa.</b>	La normativa sulle creazioni intellettuali. Il diritto d'autore. I contratti di know-how	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Conoscere le norme fondamentali riguardo alle creazioni dell'intelletto.</li> <li>▪ Definire il diritto d'autore e il diritto di brevetto individuandone: oggetto funzione mezzi di tutela.</li> </ul>	Prove strutturate a risposta chiusa e semistrutturate  Compiti di realtà	

3^ TRIMESTRE

PREREQUISITI	MODULO	ARGOMENTI	OBIETTIVI	STRUMENTO DI RILEVAZIONE	INDICATORE
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saper ascoltare e comprendere un messaggio orale</li> <li>• Saper leggere un testo e capire il suo significato</li> <li>• Saper esporre i contenuti appresi in maniera chiara</li> <li>• Saper utilizzare dati, mappe, grafici e documenti.</li> </ul>	<b>Strutture organizzative aziendali, gruppi aziendali e poli del lusso</b>	L'attività economica dell'azienda La struttura organizzativa aziendale	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Definire i concetti alla base dell'attività economica dell'azienda</li> <li>▪ Fornire elementi per poter distinguere le diverse tipologie aziendali</li> <li>▪ Far comprendere, l'imprenditore all'interno dell'impresa</li> <li>▪ Definire i principali contenuti dell'organizzazione</li> <li>▪ Individuare le fondamentali funzioni aziendali e le relative responsabilità</li> </ul>	Colloqui guidati	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nulla(1-2)</li> <li>- Difficoltosa(3-4)</li> <li>- Poco chiara(5)</li> <li>- Lineare(6)</li> <li>- Chiara e completa(7-8)</li> <li>- Autonoma, precisa e sicura(9-10)</li> </ul>
		Principali modelli macro strutturali e altre variabili organizzative	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪Fornire una più ampia descrizione dei modelli strutturali</li> <li>▪Conoscere i modelli organizzativi più evoluti</li> </ul>	Interrogazioni orali	
	<b>Il marketing 4.0 di Philip Kotler</b>	Tendenze fondamentali del marketing oggi	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nuovi approcci al marketing nell'economia digitale.</li> </ul>	Prove strutturate a risposta chiusa e semistrutturate  Compiti di realtà	

LIBRO DI TESTO : S. HURUI  
MARKETING E DISTRIBUZIONE  
EDITRICE SAN MARCO

LIBRO CONSIGLIATO: ALESSANDRA AVOLIO  
ECONOMIA E MARKETING DELLE AZIENDE DI MODA  
EDITRICE SIMONE PER LA SCUOLA

FIRMA PROF. \_\_\_\_\_