

Anno scolastico 2018/2019

Classe 5Ats Tessile-sartoriale

Disciplina: Tecniche di distribuzione e marketing

Docente: Bolamperti Gabriele

Testo: Marketing, distribuzione & presentazione del prodotto T.A. – Amalia Grandi, editrice San Marco, 2015

Ore di lezione settimanali: 3

PROGRAMMA SVOLTO

Modalità e norme di concorrenza sui mercati di settore

- **L'impresa tessile italiana e il prodotto moda**
 - Il settore tessile in Italia
 - I modelli d'impresa delle PMI
 - La subfornitura
 - La filiera produttiva ed esempi di cluster territoriali
 - Il tessile e l'industria della moda
 - Il prodotto moda (tipologie dell'industria della moda e caratteristiche materiali e immateriali del prodotto moda)

- **I mercati di consumo e i bisogni del consumatore**
 - Il prezzo e la segmentazione di mercato (analisi di posizionamento)
 - La piramide di Maslow e l'abbigliamento
 - Il consumatore e i suoi bisogni
 - Le opportunità del mercato

- **Il marketing e le ricerche per vincere la concorrenza**
 - Marketing strategico e marketing operativo
 - Le ricerche di mercato (quantitative e qualitative)
 - Le ricerche sulle vendite
 - L'analisi SWOT

Il marketing operativo

- **Il marketing mix**
 - La strategia aziendale
 - Il prodotto (caratteristiche, posizionamento e ciclo di vita)
 - Il prezzo
 - La distribuzione
 - La comunicazione

- **Il brand e gli strumenti di comunicazione**
 - Il marchio, la marca e la griffe
 - Il brand
 - Brand portfolio e brand mix
- **Il marketing relazionale**
 - La comunicazione con il consumatore
 - Relationship Marketing
 - Il venditore: un uomo di marketing
 - Lo shopping esperienziale e l'atmosfera del punto vendita
 - Tipologie di clienti
 - La custode satisfaction

Forme di distribuzione, commercializzazione e vendita

- **Il trade marketing**
 - I canali della distribuzione (diretto, medio, lungo)
 - I punti vendita monomarca (classificazione, vantaggi e svantaggi)
 - Il franchising (caratteristiche e tipologie)
 - I negozi multimarca (caratteristiche, vantaggi e svantaggi)
 - I canali distributivi emergenti
 - Il marketing della distribuzione
 - Le forme di pubblicità e promozione

Inveruno, 31 maggio 2019

Gli studenti

il docente

Gabriele Bolamperti
