

## PROGRAMMA SVOLTO

### MATERIA MARKETING E DISTRIBUZIONE

*Classe 4 A*                      *Indirizzo PRODUZIONE TESSILE*                      *a.s. 2020/21*

---

**Testo utilizzato:**            Marketing & distribuzione  
   S. Hurui  
   Editrice San Marco

**Prof.ssa G. Onofrio**

---

#### **Modulo 0 Prerequisiti di Economia**

##### **Unità didattica 1: L'impresa**

- 1 L'imprenditore
- 2 Le tipologie di impresa
- 3 Le tipologie di società
- 4 L'impresa e il macroambiente

##### **Unità didattica 2: La produzione**

- 1 Il processo di produzione
- 2 I costi di produzione e l'utile d'impresa

##### **Unità didattica 3: Il mercato**

- 1 Domanda e offerta
- 2 Il mercato e la concorrenza

##### **Unità didattica 4: La distribuzione**

- 1 Le reti di distribuzione

#### **Modulo 1 Le ricerche di mercato**

##### **Unità didattica 1: Evoluzione del marketing**

- 1 Il concetto di marketing
- 2 Le origini del marketing
- 3 L'evoluzione del marketing
- 4 Il marketing oggi

##### **Unità didattica 2 Il sistema delle ricerche di marketing**

- 1 La ricerca come strumento
- 2 Le tipologie di ricerche
- 3 Pianificazione di una ricerca di marketing
- 4 Gli strumenti della ricerca

Scuole associate

### **Unità didattica 3 Tipi di ricerche**

- 1 I test di prodotto
- 2 Ricerche sul packaging
- 3 Ricerche sulla pubblicità
- 4 Ricerche sulle vendite

### **Modulo 2 Il marketing strategico**

#### **Unità didattica 1: Segmentazione e posizionamento**

- 1 Gli obiettivi del marketing strategico
- 2 La segmentazione del mercato
- 3 Strategia e posizionamento di un'impresa sul mercato

#### **Unità didattica 2: Il piano di marketing**

- 1 L'elaborazione del piano di marketing
- 2 Le motivazioni d'acquisto
- 3 La matrice SWOT

### **Modulo 3: Il marketing operativo**

#### **Unità didattica 1: Il prodotto**

- 1 Il prodotto: elemento primo del marketing mix
- 2 La strategia di marketing sul prodotto
- 3 La strategia della combinazione di prodotti
- 4 La strategia del ciclo di vita del prodotto
- 5 Influenza del ciclo economico nel marketing di prodotto
- 6 Il marchio
- 7 La marca

#### **Unità didattica 2: Il prezzo**

- 1 Il secondo elemento del marketing mix
- 2 Determinazione del prezzo in base ai costi
- 3 Determinazione secondo il metodo del Break Even Point
- 4 La determinazione del prezzo in base alla domanda
- 5 La determinazione del prezzo in base alla concorrenza
- 6 Le politiche di prezzo

#### **Unità didattica 3: La pubblicità**

- 1 La comunicazione
- 2 Il sistema pubblicitario
- 3 La compagna pubblicitaria
- 4 I mezzi pubblicitari tradizionali
- 5 Altri strumenti pubblicitari
- 6 Le pubbliche relazioni
- 7 Il direct marketing (pubblicità diretta)
- 8 La vendita personale e la promozione delle vendite

#### **Unità didattica 4: La vendita**

Scuole associate



1 Le politiche distributive (trade marketing)

2 La rete di vendita

3 La distribuzione fisica

4 Il merchandising

**Modulo 4: Internet e marketing**

**Unità didattica 1: Le aziende e Internet**

1 Internet e web

2 Come è fatto un sito internet

3 Le aziende e internet

**Unità didattica 2: La compravendita on-line**

1 L'e-commerce

**PCTO: realizzazione di cataloghi e brochure di prodotti di Moda e introduzione al corso della sicurezza**

---

Inveruno,

**Il docente**

*Prof. ssa G. Onofrio*

Scuole associate

I.P.I.A "G. MARCORA" Via Marcora, 109 - 20010 Inveruno ☎0297288182 - [vicemarcora@iisinveruno.edu.it](mailto:vicemarcora@iisinveruno.edu.it)

I.P.S. "E. LOMBARDINI" Via Buonarroti, 6 - 20010 Inveruno ☎029787234 - [vicelombardini@iisinveruno.edu.it](mailto:vicelombardini@iisinveruno.edu.it)

I.T.T.E. "G. MARCORA" Via Marcora, 109 - 20010 Inveruno ☎0297285314 - [viceittmarcora@iisinveruno.edu.it](mailto:viceittmarcora@iisinveruno.edu.it)