

PROGRAMMA SVOLTO

MATERIA: TECNICHE DI DISTRIBUZIONE E MARKETING

DOCENTE: GIUSEPPE CORSARO

Classe 5ATS Produzioni Tessili Sartoriali

– a.s. 2020/2021

Testo utilizzato: Amalia Grandi “Marketing Distribuzione & presentazione del prodotto T.A.”
editrice San Marco

Modulo 1

Modalità e norme di concorrenza sui mercati di settore

Unità didattica 1 “L’impresa tessile italiana e il prodotto moda”

- Il settore tessile in Italia
- I modelli d’impresa delle PMI
- La subfornitura
- La filiera produttiva
- I cluster territoriali e il modo globale
- Il tessile e l’industria della moda
- Il prodotto moda
- Le PMI e la moda

Unità didattica 2 “I mercati di consumo e i bisogni del consumatore”

- Il prezzo e la segmentazione di mercato
- La piramide di Maslow e l’abbigliamento
- Il consumatore e i suoi bisogni
- Adeguamento della domanda: opportunità di mercato
- Il mercato e l’identità di prodotto delle PMI

Unità didattica 3 “Il marketing e le ricerche per vincere la concorrenza”

- Il marketing nell’ottica imprenditoriale
- Le ricerche di mercato
- Le ricerche sulle vendite
- Analisi qualitativa e ricerca azione
- La filiera integrata a rete per vincere la concorrenza
- La pianificazione aziendale mediante la matrice SWOT

Modulo 2

Marketing operativo

Unità didattica 1 “Marketing mix”

- La strategia aziendale
- Il prodotto
- Il prezzo
- La distribuzione
- La comunicazione

Unità didattica 2 “Il brand e gli strumenti di comunicazione”

- Il marchio, la marca e la griffe
- La marca e la classificazione del settore moda
- Il brand
- L'identità di marca e il prodotto moda
- La marca e la comunicazione integrata
- Brand portfolio e brand mix
- Le professionalità legate al brand

Unità didattica 3 “Il marketing relazionale”

- Comunicare con il consumatore
- Relationship marketing
- Il venditore: un uomo di marketing
- Lo shopping esperienziale e l'atmosfera del punto vendita
- Tipologie di clienti
- Il marketing a misura d'uomo
- La customer satisfaction

Modulo 3

Forme di distribuzione commercializzazione e vendita

Unità didattica 1 “Il trade marketing”

- La distribuzione: una fase strategica
- La scelta del canale distributivo
- Il canale diretto
- Il canale indiretto
- I canali distributivi emergenti

Unità didattica 2 “Il visual merchandising”

Unità didattica 3 “Le ICT (Information and Communication Technology)”

Inveruno, 05/06/2021

Le alunne

Il docente

Prof. Giuseppe Corsaro