

PROGRAMMA SVOLTO

MATERIA MARKETING E DISTRIBUZIONE

Classe 4 A Indirizzo PRODUZIONE TESSILE a.s. 2021/22

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

Unità didattica 3 Tipi di ricerche

- 1 I test di prodotto
- 2 Ricerche sul packaging

Scuole associate

I.P.I.A "G. MARCORA" Via Marcora, 109 - 20010 Inveruno ☎297288182 - vicemarcora@iisinveruno.edu.it
I.P.S. "E. LOMBARDINI" Via Buonarroti, 6 - 20010 Inveruno ☎29787234 - vicelombardini@iisinveruno.edu.it
I.T.T.E. "G. MARCORA" Via Marcora, 109 - 20010 Inveruno ☎297285314 - viceittmarcora@iisinveruno.edu.it

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

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

Scuole associate

I.P.I.A "G. MARCORA" Via Marcora, 109 - 20010 Inveruno

☎297288182 - vicemarcora@iisinveruno.edu.it

I.P.S. "E. LOMBARDINI" Via Buonarroti, 6 - 20010 Inveruno

☎29787234 - vicelombardini@iisinveruno.edu.it

I.T.T.E. "G. MARCORA" Via Marcora, 109 - 20010 Inveruno

☎297285314 - viceittmarcora@iisinveruno.edu.it



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

Progetto " Lo sviluppo sostenibile e il mondo della moda": Lavoro di gruppo e produzione di un Power point

Inveruno,

La docente

Prof.ssa G. Onofrio