

	CONTENUTI	RISULTATI DI APPRENDIMENTO (Competenze)	CONOSCENZE	ABILITA' (Capacità)	TEMPI
Modulo 1	MODALITA' E NORME DI CONCORRENZA SUI MERCATI DI SETTORE	Interagire nel sistema azienda riconoscendone modelli e strutture	<p>Conoscere il settore tessile in Italia e l'organizzazione della filiera produttiva.</p> <p>Conoscere il prodotto TA</p> <p>Conoscere i mercati e i bisogni del consumatore</p> <p>Conoscere le strategie di marketing per vincere la concorrenza</p>	<p>Classificare le imprese del tessile in Italia.</p> <p>Individuare il profilo dei subfornitori in base al tipo di lavorazione fornita.</p> <p>Applicare le variabili per segmentare il mercato</p> <p>Applicare le ricerche di mercato per individuare i bisogni del consumatore</p> <p>Elaborare semplici strategie di marketing per vincere la concorrenza</p>	33 ore
Modulo 2	IL MARKETING OPERATIVO	<p>Interagire nell'area marketing per le attività relative al mercato e finalizzate al raggiungimento della customer satisfaction</p> <p>Partecipare ad attività dell'area marketing ed alla realizzazione di prodotti pubblicitari</p>	<p>Conoscere i tre livelli che compongono un prodotto</p> <p>Conoscere gli elementi che concorrono a definire il prezzo di un prodotto T.A.</p> <p>Conoscere gli elementi fondamentali per una strategia distributiva e di comunicazione al cliente</p> <p>Conoscere la differenza fra marchio, marca e griffe</p>	<p>Individuare le caratteristiche di un prodotto del tessile abbigliamento che ne determinano il prezzo e il ciclo di vita</p> <p>Riconoscere la brand positioning in una marca</p> <p>Misurare la customer satisfaction</p> <p>Individuare gli elementi che concorrono a creare una Relation Marketing</p>	33 ore
Modulo 3	FORME DI DISTRIBUZIONE, COMMERCIALIZZAZIONE E	Interagire nell'area marketing per le attività relative alla	Conoscere i canali distributivi tradizionali ed emergenti	Individuare l'organizzazione del layout e i metodi di	33 ore

	CONTENUTI	RISULTATI DI APPRENDIMENTO (Competenze)	CONOSCENZE	ABILITA' (Capacità)	TEMPI
	VENDITA	commercializzazione, distribuzione e vendita del prodotto.	<p>Conoscere le mansioni del trade marketing manager</p> <p>Conoscere la differenza tra merchandising e visual merchandising</p> <p>Conoscere le aree interne ed esterne del punto vendita su cui interviene un piano di merchandising</p> <p>Conoscere l'utilizzo di Internet come strumento di comunicazione, relazione e vendita</p>	<p>esposizione utilizzati da un punto vendita</p> <p>Individuare i tipi di vetrina scelti dal punto vendita e i principi usati nell'allestimento</p> <p>Utilizzare i nuovi media per la commercializzazione e la diffusione del prodotto.</p>	

LIBRI DI TESTO ADOTTATI:

GRANDI AMALIA - MARKETING, DISTRIBUZIONE & PRESENTAZIONE DEL PRODOTTO TESSILE ABBIGLIAMENTO – EDIZIONI SAN MARCO