

ISTITUTO PROFESSIONALE STATALE SOCIO - COMMERCIALE - ARTIGIANALE

“CATTANEO - DELEDDA” MODENA

Strada degli Schiocchi, 110 - 41124 Modena - tel. 059/353242

C.F.: 94177200360

Codice Univoco: UFQMDM



Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca
Dipartimento per la programmazione e la Gestione delle
Politiche Ordinarie, Funzionali e Strumentali
Direzione Generale per interventi in materia di Educazione
Scolastica per la gestione dei Fondi Strutturali per
l'istruzione e per l'innovazione Digitale
Ufficio IV



mail: morc08000g@istruzione.it

pec: morc08000g@pec.istruzione.it

http://www.cattaneodeledda.edu.it

NUCLEI FONDANTI DELLA DISCIPLINA DI TECNICHE DI DISTRIBUZIONE E MARKETING ASSE PROFESSIONALE

CLASSE QUARTA

Industria per l'Artigianato e il Made in Italy

UDA 17.1 – Introduzione al marketing: fondamenti di economia aziendale

➤ Conoscenze:

- Sviluppo dei prerequisiti necessari ad affrontare la disciplina: l'attività economica, l'impresa individuale e le società, strumenti operativi di calcolo

UDA 17.2 – Le attività di marketing delle imprese

➤ Conoscenze:

- Introduzione al marketing: principi guida, mercato obiettivo, ambiente di marketing

UDA 17.4 – Il marketing strategico

➤ Conoscenze:

- Elementi di marketing strategico: l'analisi del mercato di consumo, le ricerche di marketing, segmentazione, targeting e posizionamento, criteri di segmentazione del settore moda, posizionamento di marca nella moda

➤ Abilità e competenze:

- Leggere, interpretare e costruire tabelle, grafici e schemi a blocchi per rappresentare fenomeni economici e non economici
- Individuare e descrivere i concetti fondamentali inerenti all'azienda e l'attività economica
- Riconoscere le caratteristiche fondamentali del mercato e della domanda e dell'offerta di un bene
- Individuare le caratteristiche dei principali modelli organizzativi e dei processi di produzione, evidenziandone vantaggi e svantaggi
- Individuare varietà, specificità e dinamiche fondamentali dei sistemi economici e dei mercati (della filiera di riferimento) nazionali

CLASSE QUINTA

Industria per l'Artigianato e il Made in Italy

UDA 17.5 – Il marketing strategico delle imprese moda

➤ **Conoscenze:**

- Approfondimento: marketing e mercato obiettivo, marketing strategico del settore moda, segmentazione della domanda e targeting, analisi di posizionamento del brand
- Descrizione del target in riferimento di un brand, linea, collezione

UDA 17.6 – Il marketing operativo

➤ **Conoscenze:**

- Strumenti di marketing operativo: il prodotto e la marca, il prezzo, la distribuzione, la promozione
- Il marketing mix nel settore moda: il prodotto moda e la marca, determinazione del prezzo, la distribuzione nella moda e il visual merchandising, la promozione
- La struttura del piano di marketing
- Elaborazione di proposte inerenti al marketing mix di imprese del settore moda

UDA 17.7 – Il marketing interattivo

➤ **Conoscenze:**

- Marketing relazionale, interattivo e web marketing
- I social media
- Web marketing e comunicazione nella moda
- Sviluppo di un progetto di web marketing

➤ **Abilità e competenze:**

- Individuare e descrivere le fasi di un processo decisionale, sia individuale che di gruppo, e i relativi strumenti applicativi
- Individuare gli scopi e le principali caratteristiche della comunicazione aziendale
- Impostare e realizzare semplici analisi di marketing, utilizzando anche i nuovi strumenti/canali digitali
- Individuare varietà, specificità e dinamiche fondamentali dei sistemi economici e dei mercati (della filiera di riferimento) anche internazionali
- Redigere rapporti e relazioni (anche in inglese) per la direzione
- Riconoscere elementi, strategie e politiche adottate nel piano di marketing
-

TESTI DI RIFERIMENTO PER IL TRIENNIO:

Strategie di marketing – Impresa, mercato & distribuzione, *G. Bugané – V. Fossa*, Hoepli

Strategie di marketing plus nel settore moda, *G. Bugané – V. Fossa*, Hoepli