

PROGRAMMA SVOLTO DAL DOCENTE DISCIPLINARE

ANNO SCOLASTICO:	2023/2024
CLASSE:	4 ^a AM
DISCIPLINA:	ECONOMIA E MARKETING DELLE AZIENDE DI MODA
DOCENTE:	D'APOLITO ISABELLA
TESTO IN USO:	STRATEGIE DI MARKETING Impresa, mercato & distribuzione, G. BUGANE', V. FOSSA, HOEPLI EDITORE STRATEGIE DI MARKETING Plus Settore moda, G. BUGANE', V. FOSSA, HOEPLI EDITORE

PROGRAMMA DETTAGLIATO

UDA 3 Inquadrare le attività di marketing delle imprese

LEZIONE 1 Il marketing

Il marketing e i suoi caratteri; il concetto di mercato; il mercato obiettivo; i due principi guida del marketing: analisi del consumatore e analisi della concorrenza; il concetto di nicchia di mercato; il marketing strategico e il marketing operativo (4P del marketing)

LEZIONE 2 L'ambiente di marketing

L'ambiente di marketing. Il microambiente (clienti fornitori, intermediari e concorrenti) e il macroambiente (economico, politico-legislativo, tecnologico, sociale e culturale)

Approfondimento:

- Freitag: borse uniche fatte con teloni di camion riciclati

UDA 4 Programmare attività di marketing strategico

LEZIONE 1 L'analisi del mercato di consumo

Il comportamento d'acquisto del consumatore: i fattori culturali, sociali, personali e psicologici. I diversi tipi di comportamento d'acquisto: d'impulso, routinario, problem solving. Le fasi e gli elementi (6W) che influenzano il processo d'acquisto

LEZIONE 2 Le ricerche di marketing

Il sistema informativo di marketing. Le ricerche e le diverse fasi del processo di ricerca di marketing.

LEZIONE 3 Segmentazione, targeting e posizionamento

La segmentazione del mercato: processo e base di segmentazione; la segmentazione della domanda e i criteri nel settore moda. Il targeting del mercato, valutazione e scelta dei segmenti attraverso le strategie di marketing indifferenziato, differenziato e concentrato. Il posizionamento e le diverse strategie (differenziazione di prodotto, di prezzo e di immagine). Le mappe percettive, costruzione e vantaggi.

UDA 5 Applicare gli strumenti del marketing operativo

LEZIONE 1 Il prodotto e la marca

Il prodotto moda e classificazione dei livelli di prodotto (essenziale, effettivo e aumentato). Classificazione e sviluppo del prodotto moda. Il ciclo di vita del prodotto: fasi e classificazione dei cicli di vita. Il packaging: tipologie e funzioni.

La marca nel settore abbigliamento. Il marchio e i suoi sette elementi. L'alleanza tra marche: il co-branding.

LEZIONE 2 Il prezzo

Il prezzo e la sua politica nel settore moda. I costi di produzione e la compilazione della distinta base (Di.Ba). La determinazione del prezzo basata sulla domanda e sui costi. Il metodo del ricarico e del punto di pareggio (Break-Even-Point). Le strategie di prezzo per i nuovi prodotti e per i prodotti esistenti.

LEZIONE 3 La distribuzione

La distribuzione nel settore moda e i principali intermediari commerciali. La struttura del canale distributivo: lunghezza e ampiezza. Le diverse formule distributive all'ingrosso e al dettaglio. Le nuove formule distributive: l'e-commerce. Il visual merchandising: obiettivi e leve.

LEZIONE 4 La promozione

la promozione del prodotto e i suoi obiettivi. Il mix promozionale. La campagna pubblicitaria e le 6M. La comunicazione nella moda e i suoi strumenti.

UDA 6 Sviluppare il marketing interattivo

LEZIONE 1 Il marketing online

Marketing relazionale, interattivo e web marketing. Gli strumenti del web marketing. Il web marketing strategico e il web marketing operativo.

LEZIONE 2 I social media

I social media e i principali social network.

APPROFONDIMENTI:

Il contratto e i suoi elementi: la nozione di contratto, l'accordo delle parti, la causa, l'oggetto e la forma; la classificazione.

Il contratto di compravendita: il concetto di compravendita e caratteristiche del contratto, obblighi del venditore e del compratore, le fasi del contratto di compravendita, gli elementi essenziali e accidentali del contratto.

I contratti del sistema moda: il contratto di licenza del marchio, il contratto di agenzia, il contratto di franchising, il contratto di subfornitura.

Correlazione della disciplina con educazione civica:

Il lavoro e la sua previsione nella Costituzione Italiana. analisi e spiegazione degli artt. 3, 4, 35, 36, 37 e 38 Cost. Il rapporto di lavoro. Differenze tra lavoro autonomo e lavoro subordinato, diritti e doveri dei lavoratori subordinati nel codice civile, nella Costituzione e nello Statuto dei lavoratori. Le diverse tipologie contrattuali

Uscita didattica:

Visita al Laboratorio sartoriale Drittofilo Metatelier. Obiettivi: far conoscere allo studente la realtà imprenditoriale mantovana; vivere concretamente le diverse fasi del processo produttivo, dall'ideazione alla realizzazione del prodotto moda; riconoscere le strategie di marketing di un'azienda del sistema moda.

PROTOCOLLO N°

MODULISTICA ITET MANTEGNA
www.itetmantegna.edu.it

MODELLO DD59
VERSIONE 1.0



Il Docente

Isabella D'Apolito

(firma autografa sostituita a mezzo stampa)