

**PROGRAMMA FINALE
CLASSE 4A
ANNO SCOLASTICO 2025/2026
DOCENTE ELISABETTA MANUGUERRA**

MODULO1: Impresa e mercato

Conoscenze:

Il sistema azienda

Forme giuridiche per l'esercizio dell'attività di impresa

Principi di organizzazione aziendale

Abilità:

identificare e applicare i profili normativi legati alle diverse forme giuridiche di impresa in funzione della attività da svolgere.

Interpretare semplici organigrammi aziendali individuando i modelli organizzativi più diffusi

MODULO 2: Marketing analitico

Conoscenze:

Elementi fondamentali di marketing

Il processo di marketing e le ricerche di mercato

Metodi e strumenti di ricerca

Abilità:

Raccogliere, organizzare e rappresentare informazioni

Impostare e realizzare semplici analisi di marketing

MODULO 3: Il marketing strategico

Conoscenze

Modelli di analisi del mercato e della concorrenza.

Elementi di statistica.

Modelli di pianificazione strategica.

Piano di marketing.

Fasi della progettazione pubblicitaria e piano della comunicazione aziendale

Tecniche di web marketing.

Leve del marketing mix

Caratteristiche dei social media e social network.

Abilità

Realizzare indagini di mercato con semplici strumenti statistici.

Segmentare il mercato ed individuare il target di riferimento.

Individuare e analizzare le esigenze comunicative dell'azienda traducendole in un progetto pubblicitario/comunicativo

Individuare il corretto posizionamento del prodotto/servizio dell'azienda.

Applicare le leve del marketing mix

Applicare le principali tecniche di webmarketing, inclusi i social media e i social network

MODULO 4: marketing operativo

Conoscenze:

Elementi di marketing in relazione al contesto produttivo

Packaging, brand. Marchio

Ciclo di vita del prodotto e Matrice di Boston

Prezzo, costo, ricavo

Costi diretti/indiretti, variabili/fissi e principali elementi di valutazione

Elementi di comunicazione aziendale

Tecniche e strumenti di commercializzazione e promozione dei prodotti
Nozioni di logistica e gestione del magazzino

Abilità

Contribuire alla elaborazione, implementazione e attuazione di piani industriali/commerciali con riferimento a realtà economico- produttive più complesse

Elaborare, implementare e attuare piani industriali/commerciali delle produzioni con riferimento a semplici realtà economico produttive individuando i vincoli aziendali e di mercato