

Tecniche Distribuzione Marketing

Anno scolastico 2025-2026

IVAN Made in Italy – corso Allestitori Navali

Testo: appunti della docente

N.2 ore settimanali

Modulo 1: Impresa e mercato

Concetti fondamentali inerenti all'azienda e alla attività economica

Fattori della produzione e mercati di approvvigionamento e di sbocco

Nozioni di domanda e offerta di un bene

Fattori che influenzano l'ambiente nel quale opera l'azienda

Modulo 2: Marketing Analitico

Elementi fondamentali di marketing

Il processo di marketing e le ricerche di mercato

Metodi e strumenti di ricerca

Il piano di marketing

Modulo 3: Marketing strategico

Elementi di marketing in relazione al contesto produttivo

Tecniche di segmentazione del mercato

Strategie di posizionamento del prodotto

Matrice SWOT

Modulo 4: Marketing operativo

Elementi di marketing in relazione al contesto produttivo

Matrice di Boston

Grafico del ciclo di vita del prodotto

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

Determinazione del prezzo di vendita

Diagramma di redditività

Elementi di comunicazione aziendale

Modulo 5: Pianificazione aziendale

Analisi e segmentazione del mercato

Individuazione del target

Business model canvas

Business plan

Modulo 8: Elementi di pianificazione e gestione aziendale

La gestione di un cantiere navale

Il piano strategico di produzione

Evoluzione degli impianti e tecnologia

La filiera produttiva

Gestione della commessa

Redazione di un business plan (PCTO)

OBIETTIVI MINIMI

Con riguardo alle conoscenze lo/a studente/ssa

Conosce il concetto di cliente-consumatore e il comportamento di acquisto
Conosce gli elementi e gli obiettivi del marketing
Conosce l'impresa cantieristico italiana
Conosce le principali leve di marketing
Conosce le principali strategie del marketing per vincere la concorrenza
Conosce il brand e gli strumenti di comunicazione
Conosce il marketing relazionale
Conosce le parti componenti del prezzo

Con riguardo al saper fare lo/a studente/ssa

Riconosce gli obiettivi e le strategie di marketing
Collega soddisfazione del cliente ad obiettivi aziendali
Riconosce gli elementi chiave per la preparazione di un piano di marketing

Metodologie didattiche

Lezione frontale e interattive
Problem solving

Obiettivi conseguiti

Gli obiettivi didattico educativi sono stati raggiunti ad un livello mediamente sufficiente.
Alcuni allievi si sono distinti per la costante partecipazione al dialogo educativo e per l'impegno profuso nello studio della materia.

L'insegnante Elisabetta Manuguerra