

Tecniche Distribuzione Marketing

Anno scolastico 2024-2025

VAN 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

Viral 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 6 (educazione civica) : Il lavoro

Il principio lavorista nella Costituzione Italiana

L'Organizzazione Internazionale del Lavoro

Lo Statuto dei Lavoratori

Gli elementi del costo del lavoro

Il CCNL di settore

Globalizzazione e lavoro

Redazione della busta paga

Modulo 7: digital marketing

Elementi di marketing digitale

Internet e gli strumenti a disposizione del marketing

Strategie di marketing online

Impostazione di un sito web

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

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

Tipologie di prove

Prove orali e approfondimenti individuali (almeno 2 per quadrimestre)

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