

PROGRAMMA SVOLTO DI TECNICHE DI DISTRIBUZIONE E MARKETING

DOCENTE: Maritato Monica

CLASSE 5^G

a.s 2024/25

MATERIALE E STUMENTI LAVORO

- Libro di testo: Buganè, Fossa, "Economia, Marketing e Distribuzione", Hoepli
- Strumenti audiovisivi, presentazioni PowerPoint
- Visite guidate e se possibile incontri con esperti

I CONTENUTI

UNITA 1- IL MARKETING

- Definizione di marketing
- Il concetto di mercato
- I due principi guida del marketing
- Marketing strategico ed operativo

UNITA'2- L'AMBIENTE DI MARKETING

- Il microambiente
- Il macroambiente

UNITA' 3- L'ANALISI DEL MERCATO DI CONSUMO

- Il comportamento d'acquisto del consumatore
- Tipi di comportamento d'acquisto
- Le fasi del processo di acquisto

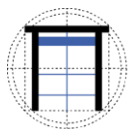
UNITA' 4- IL PRODOTTO E LA MARCA

UNITA' 5- IL PREZZO

- La politica dei prezzi
- Metodi di determinazione dei prezzi
- Strategie di prezzo

UNITA' 6- LA DISTRIBUZIONE

- Il canale diretto e la distribuzione
- Il canale indiretto e la distribuzione



PRIMO LEVI
Istituto Professionale Statale

*"SE COMPRENDERE È IMPOSSIBILE
CONOSCERE È NECESSARIO" (P. L.)*



Piazzale Sicilia 5; 43121 PARMA - www.ipsialevi.edu.it - 0521/27.26.38; 0521/78.39.28 - Fax 0521/77.52.35
prri010009@istruzione.it prri010009@pec.istruzione.it - 80011590348 - Cod. Univoco Fatt. UFW76E

OBIETTIVI MINIMI

Di ciascuna unità didattica l'alunno deve conoscerne gli elementi fondamentali

Inoltre deve avere:

- capacità di organizzare il discorso in maniera semplice ed ordinata sia nelle verifiche scritte che orali
- sufficiente capacità di collegamenti causa-effetto inerenti alle problematiche economiche affrontate in classe
- sufficiente capacità di rielaborare i temi trattati e trasferirli nella realtà con esempi.
- Capacità di usare la terminologia specifica minima.

UDA ED. CIVICA

TITOLO: "Istituzioni, lavoro professionale e risparmio energetico" (I contratti di lavoro, il cv e la lettera di presentazione)

Uda: Tecnologia a confronto e industria 4.0

Uda: Sviluppo di un prodotto.