



Contenuti sviluppati di **TECNICHE DI DISTRIBUZIONE E MARKETING**

anno scolastico: 2023-2024

Docente: prof. Fabio Anselmi

Classe: XIII

Considerazioni generali

La classe mostra un'adeguata capacità di comprensione nei riguardi dei processi legati al Marketing. Alcuni studenti hanno fatto notare una particolare attenzione al tema così come altri hanno superato le loro personali difficoltà ed hanno conquistato un approccio individuale allo studio della materia con un miglioramento regolare dei risultati ottenuti.

Le Lezioni, per la parte di introduzione al Marketing, hanno avuto un approccio frontale, per poi passare a definire con i ragazzi un obiettivo individuale di costruzione di un progetto di marketing strategico e operativo individualizzato. Come valutazione finale si è chiesto alla classe di fare la presentazione del proprio progetto in una modalità "fiera" nella quale ogni alunno esponeva contemporaneamente il frutto del suo lavoro e si sottoponeva alle domande dei docenti e alunni che visitavano l'esposizione.

Al primo modulo ne è seguito un secondo in cui le lezioni hanno avuto un approccio laboratoriale attivo sui contenuti proposti, consolidato da lavori a gruppi e lavori individuali. Le lezioni terminavano con spazi per domande e risoluzioni di dubbi così come l'inizio verteva sempre sulla ripresa dei concetti esposti nella lezione precedente.

Al processo formativo è stata chiamata a partecipare un'esperta del settore che ha portato incontro agli alunni la propria esperienza professionale. La consulente esterna ha supportato i ragazzi nella parte relativa al marketing operativo affiancato a quelli che sono gli aspetti della grafica applicata alla documentazione pubblicitaria.

Uda Coinvolte

5a - Book di cantiere

Argomenti

- Prerequisiti di Economia
- Il Marketing analitico
- Il Marketing strategico
- Il Marketing operativo



Conoscenze e Abilità

Argomenti	Argomenti	Abilità
Prerequisiti di economia	Analisi di mercato, la distribuzione L'impresa diretta e la figura dell'imprenditore	Comprendere i processi legati al marketing e gli elementi che li costituiscono. Saper identificare il ruolo dell'Imprenditore, la produzione, la distribuzione e il relativo mercato
Il Marketing analitico	Breve storia della Comunicazione Visiva e dell'Evoluzione del Marketing Ricerche di marketing	Saper cogliere i contenuti di una ricerca di marketing
Il Marketing strategico	Segmentazione e posizionamento del prodotto sul mercato Il piano di marketing e le motivazioni d'acquisto	Utilizzare le analisi del mercato e saper ipotizzare la collocazione del prodotto nelle fasce di interesse
Il marketing Operativo	Sviluppo di un piano di marketing Politiche strategiche sul prezzo, sul mercato di riferimento e sulla promozione Creazione di un logo, marchio e payoff della propria idea di business Costruzione di una prima presentazione sotto forma di stand fieristico e relativa presentazione	Saper comprendere la tipologia di mercato dell'imprenditore e le sue strategie di posizionamento e di segmentazione di mercato Imparare a riconoscere nell'esperienza l'imprenditore le chiavi di marketing applicate Imparare a calare nella realtà concetti e metodologie astratte

Materiali didattici utilizzati

- Dispense
- Presentazioni Power Point

15 maggio 2024

Firma Docente

Firma Rappresentanti di Classe