



I.I.S. "Vaglio Rubens"
Biella

I.P.S.S.A.R. "Zegna"
Mosso - Cavaglià - Biella

I.P.S.I.A. "Galileo Ferraris"
Biella

Allegato A

Anno scolastico 2019/2020 Classe 5 AS

Disciplina **TECNICHE DI DISTRIBUZIONE E MARKETING**

Indirizzo: "Produzioni Industriali e Artigianali" –
Articolazione "Artigianato" - Opzione "Produzioni Tessili - Sartoriali"

Docente Prof.ssa Lo Sapio Ivana

non essendo stato adottato un libro di testo, le allieve hanno utilizzato come, strumento di studio, appunti preparati dalla docente.

1. Programma svolto

Modulo 0 (prerequisiti di economia)

l'imprenditore, L'azienda - Differenza tra azienda e impresa; la forma giuridica di impresa: impresa individuale e collettiva.

Le società: categorie e tipi, caratteristiche e differenze.

La produzione: i costi di produzione, classificazione: fissi, variabili. Il BEP, Domanda e offerta, il mercato. Le pmi in Italia, i modelli di impresa delle Pmi

Modulo 1 MODALITA' E NORME DI CONCORRENZA SUI MERCATI DI SETTORE

Il settore tessile in Italia e il prodotto moda, l'organizzazione della filiera produttiva, la sub-fornitura, strategie per contrastare la concorrenza;

I mercati di consumo e i bisogni del consumatore, la segmentazione del mercato, la piramide di Maslow e l'abbigliamento, le principali trasformazioni dei modelli di consumo, il mercato e la breve vita del prodotto moda, la moda un mercato pilotato; pianificazione aziendale mediante la matrice swot.

Modulo 2 IL MARKETING OPERATIVO

Il marketing mix: la strategia aziendale e le variabili di marketing. Le 4 P del marketing operativo: il prodotto, il prezzo, la distribuzione, la comunicazione.

Il brand e gli strumenti di comunicazione; le reti distributive, il canale diretto, il canale indiretto, canali distributivi emergenti: *lo spaccio*, *lo stocchista*, *factory outlet*, *Il temporary store*, *il pop-up store*

Modulo 3 FORME DI DISTRIBUZIONE, COMMERCIALIZZAZIONE E VENDITA

Il trade marketing: la distribuzione come fase strategica, la scelta del canale distributivo, il canale diretto, il punto vendita monomarca, il franchising. Il canale indiretto, il punto vendita multimarca, i grandi magazzini, le grandi superfici specializzate.

Il visual merchandising: il merchandising: definizione e funzioni, vantaggi per il produttore e per il distributore; il ruolo del visual merchandising nel punto vendita moda. Regole fondamentali per creare un punto vendita, la realizzazione della comunicazione esterna del punto vendita e in particolare l'insegna, l'ingresso e la vetrina. Tipi di vetrina.



I.I.S. "Vaglio Rubens"
Biella

I.P.S.S.A.R. "Zegna"
Mosso - Cavaglià - Biella

I.P.S.I.A. "Galileo Ferraris"
Biella

Le Information and Communication Technology (ICT): il web marketing, internet come strumento di distribuzione, di comunicazione. Le nuove tecnologie e in particolare vetrine interattive e il camerino virtuale.

2. Metodi e mezzi del percorso formativo della disciplina

Lezione frontale, lezione partecipata, discussione in classe. È stato sempre svolto il ripasso in preparazione alle varie verifiche.

3. Spazi e tempi

Nel periodo che va fino a febbraio, sono state svolte sia verifiche scritte che verifiche orali. Le verifiche scritte somministrate sono state formulate con domande semi strutturate.

Nel periodo da fine febbraio a maggio, con didattica a distanza, sono stati completati gli appunti relativi all'ultimo argomento da completare; sono anche stati assegnati due compiti da svolgere sotto forma di relazione, prendendo spunto dalla critica situazione sociale ed economica che si è venuta a creare:

- **"il mercato della moda e l'emergenza Covid-19: la reazione delle imprese del settore e le azioni da esse intraprese per affrontare la crisi"** con letture da articoli di quotidiani on-line e siti internet del settore su indicazioni della docente
- **"diritti e doveri ai tempi del covid-19"**: per sviluppare una parte di cittadinanza e Costituzione, sono stati analizzati alcuni diritti della Costituzione Italiana riflettendo sulla loro tutela o limitazione del loro esercizio e riflessioni sul concetto di solidarietà sociale, economica e politica richiesta dalla stessa Costituzione.

La valutazione è stata formativa, secondo le indicazioni date dalla presidenza, e concorrerà alla proposta del voto di scrutinio. È stata effettuata anche una interrogazione orale su tutto il programma svolto, valutata con voto sommativo.

4. Criteri e strumenti di valutazione

Verifiche e valutazione

Sono stati utilizzati i criteri esplicitati nella griglia di valutazione presentata in occasione della convocazione del Dipartimento di Diritto ed Economia. La valutazione è stata individuale, ha tenuto conto dei progressi delle allieve, delle loro situazioni di partenza, di situazioni personali e di eventuali Bisogni Educativi Speciali e Disturbi Specifici dell'Apprendimento (BES e DSA)
In allegato si trovano le griglie di valutazione.

Obiettivi raggiunti dalla classe rispetto al livello di conoscenza della disciplina, rispetto al livello di capacità organizzativa, espositiva, tecnico-professionale

Le allieve conoscono le nozioni fondamentali relative all'azienda, le tipologie delle piccole e medie imprese in Italia, definiscono il marketing e la distinzione tra marketing strategico ed operativo, la segmentazione del mercato, il concetto delle 4 p nel marketing operativo e il visual merchandising. Infine conoscono le nuove forme di distribuzione e di marketing consentite dall'uso del web.



ISTITUTO di ISTRUZIONE SUPERIORE
"Gae Aulenti"

IIS
GAE AULENTI
B I E L L A

I.I.S. "Vaglio Rubens"
Biella

I.P.S.S.A.R. "Zegna"
Mosso - Cavaglià - Biella

I.P.S.I.A. "Galileo Ferraris"
Biella

I risultati ottenuti sono complessivamente soddisfacenti. Per due allieve la preparazione è più che buona, mentre per una allieva permane una preparazione fondamentalmente mnemonica; per questa allieva l'interrogazione orale è una situazione che provoca molta ansia e l'uso di mappe concettuali è risultato facilitante nell'esposizione e verranno sottoposte all'approvazione della commissione d'esame.

Biella , 22 maggio 2020

la docente

Ivana Lo Sapio