

# IISS "D. Modugno - S. De Lilla"

## Sede di Conversano

ANNO SCOLASTICO 2019-2020

CLASSE 5 SEZIONE A – Abbigliamento e moda

### PROGRAMMA di Tecniche di distribuzione e marketing

DOCENTE: MINUNNI MARIA

La programmazione svolta nel corrente anno scolastico è stata la seguente:

#### Il marketing strategico

Segmentazione e posizionamento

1. Gli obiettivi del marketing strategico
2. La segmentazione del mercato
3. Strategie e posizionamento di un'impresa sul mercato
4. L'analisi con la matrice SWOT

#### Il marketing operativo

Il prodotto

1. Il prodotto: elemento primo del marketing mix
2. La strategia di marketing sul prodotto
3. La strategia della combinazione dei prodotti
4. La strategia del ciclo di vita del prodotto
5. Il marchio
6. La marca

Il prezzo

1. Il secondo elemento del marketing mix
2. Determinazione del prezzo in base ai costi, alla domanda e alla concorrenza
3. Le politiche di prezzo

La pubblicità

1. La comunicazione
2. Il sistema pubblicitario
3. La campagna pubblicitaria
4. I mezzi pubblicitari tradizionali
5. Altri strumenti pubblicitari

La vendita

1. Il merchandising

Testo adottato: S. Hurui "Marketing & Distribuzione" Editrice San marco