

PROGRAMMA SVOLTO di TECNICHE DI MARKETING A.S. 2017/2018

CLASSE IV P.T.S. (Moda)

Testo in uso: Marketing & Distribuzione – S. Hurui – Ed. San Marco

- Prerequisiti di economia

L'imprenditore

Le tipologie di imprese

Le tipologie di società

L'impresa e il macro ambiente

Il processo di produzione

I costi e i ricavi e il risultato economico di esercizio

Calcoli percentuali

- Le ricerche di mercato

Il concetto di marketing

Le origini del marketing

L'evoluzione del marketing

Il marketing oggi

La ricerca come strumento

Le tipologie di ricerche

Pianificazione di una ricerca di marketing

Gli strumenti della ricerca

I test di prodotto

Ricerche sul packaging

Ricerche sulla pubblicità

Ricerche sulle vendite

- Il marketing strategico

Gli obiettivi del marketing strategico

La segmentazione del mercato

Strategia e posizionamento di un'impresa sul mercato

Le motivazioni d'acquisto

La matrice SWOT

- **Il marketing operativo**

Il prodotto

La strategia di marketing sul prodotto

La strategia del ciclo di vita del prodotto

La matrice di Boston

Il marchio

La marca

Il prezzo

Determinazione del prezzo in base ai costi

Il B.E.P.

Le politiche di prezzo

La comunicazione

Il sistema pubblicitario

I mezzi pubblicitari tradizionali

Le pubbliche relazioni

La promozione

Le politiche distributive

La rete di vendita

Cenni sul merchandising