



ISTITUTO DI ISTRUZIONE SUPERIORE

"Cristoforo Colombo"

Via San Francesco, 33 - 45011 Adria (Ro)

Tel. 0426.21178 - Fax 0426.900477

Cod. Mecc. generale : ROIS00200A

Cod. Fiscale 81004960290

<http://www.istituto-colombo.gov.it>

e-mail: ipccolombo@istituto-colombo.gov.it

Organismo accreditato da ACCREDIA



CERTIFICATO N. 9134

PROGRAMMA SVOLTO

A. S. : 2019/2020

CLASSE : 5^a SEZIONE : A Servizi Commerciali

DOCENTE: CAMPACI ALBERTA

MATERIA: DIRITTO-ECONOMIA POLITICA

MODULO 0- PREREQUISITI DI ECONOMIA

L'impresa. La definizione di imprenditore. Definizione di impresa. Concetti di impresa individuale ed impresa collettiva Concetto di società. Le società di persone e di capitali in generale. Le società cooperative.

La produzione. Concetto di produzione. I beni: concetto e caratteristiche del bene economico. I costi di produzione e l'utile d'impresa.

Il mercato. Concetto di mercato. La domanda e l'offerta: definizioni. Le principali tipologie di mercato: concorrenza perfetta, monopolio, oligopolio e monopolistica.

La distribuzione. Concetto di reti di distribuzione. Concetti di canale diretto, canale corto e canale lungo.

MODULO 1-LE RICERCHE DI MERCATO

L'evoluzione del marketing. Concetto di marketing. Le origini del marketing. L'evoluzione del marketing. Il marketing oggi.

Il sistema delle ricerche di marketing. Concetti di ricerca di marketing e ricerca di mercato. Le ricerche di marketing quantitative e qualitative. La pianificazione di una ricerca di marketing. Gli strumenti utilizzati nella ricerca quantitativa e in quella qualitativa. Il ruolo dell'intervistatore.

I tipi di ricerche. I test di prodotto. Ricerche sul packaging. Ricerche sulle pubblicità e sulle vendite.

MODULO 2-IL MARKETING STRATEGICO

Segmentazione e posizionamento. Gli obiettivi del marketing strategico. La segmentazione del mercato. Strategia e posizionamento di un'impresa sul mercato.

Il piano di marketing. Concetto di piano di marketing. Analisi della situazione. Obiettivi di marketing. Programmi di azione di marketing. Attuazione e controllo del piano di marketing. Le motivazioni d'acquisto da parte dei consumatori.

MODULO 3-IL MARKETING OPERATIVO



ISTITUTO DI ISTRUZIONE SUPERIORE

“Cristoforo Colombo”

Via San Francesco, 33 - 45011 Adria (Ro)

Tel. 0426.21178 - Fax 0426.900477

Cod. Mecc. generale : ROIS00200A

Cod. Fiscale 81004960290

<http://www.istituto-colombo.gov.it>

e-mail: ipccolombo@istituto-colombo.gov.it

Organismo accreditato da ACCREDIA



CERTIFICATO N. 9134

Il prodotto. Definizione di prodotto. Le caratteristiche del prodotto. Le parti del prodotto. Il formato e la confezione del prodotto. Concetto di servizio post-vendita. Strategia di marketing sul prodotto. La strategia della combinazione di prodotti. Il ciclo di vita del prodotto: lo stadio di lancio, lo stadio di crescita, lo stadio di maturità, lo stadio del declino. Le strategie da adottare per i prodotti nella fase di declino. L'influenza delle diverse fasi del ciclo economico nel marketing del prodotto. Le strategie da adottare nel periodo di recessione. Il marchio. La marca.

Il prezzo. Elementi che influiscono sul prezzo. Determinazione del prezzo in base ai costi. Il profitto marginale e la giusta quantità da produrre. Il metodo del break even point. La determinazione del prezzo in base alla domanda. La determinazione del prezzo in base alla concorrenza. Le politiche di prezzo.

La pubblicità. La comunicazione. Il sistema pubblicitario. La campagna pubblicitaria. I mezzi pubblicitari tradizionali: la televisione, la radio, la stampa. La pubblicità diretta, la vendita personale e promozione delle vendite.

La vendita. Le politiche distributive e la rete di vendita. Il merchandising.

MODULO 4-INTERNET E MARKETING

Le aziende e internet. Internet, sito web e motori di ricerca.

La compravendita on-line. L'e-commerce.

LA COSTITUZIONE

Concetto di Costituzione, struttura e caratteristiche della Costituzione. Principi fondamentali ed approfondimento della prima parte della Costituzione. Diritti e doveri dei cittadini (artt.1-54)

LA CITTADINANZA

Concetto di cittadinanza. Modi di acquisto della cittadinanza. Perdita della cittadinanza.

IL CONTRATTO DI LEASING

Nozione, tipologie e natura giuridica. Obbligazioni delle parti e ripartizione dei rischi. Il lease-back.

IL CONTRATTO DI FRANCHISING

Nozione e tipologie. Il contratto di affiliazione commerciale. Obbligazione delle parti.

IL CONTRATTO DI FACTORING

Nozione e funzione, Obbligazioni delle parti. Rapporti tra factoring e cessione del credito. Il fallimento del cedente e quello del debitore ceduto. La cartolarizzazione dei crediti.

Data

Adria, 29 maggio 2020

prof.ssa Alberta Campaci