



ISTITUTO DI ISTRUZIONE SUPERIORE  
**“Michelangelo Buonarroti”**  
Via Velio Spano, 7 - 09036 Guspini (SU)

## **ECONOMIA E MARKETING DELLE AZIENDE DELLA MODA**

### **PROGRAMMA SVOLTO**

anno scolastico 2023/2024

CLASSE 3<sup>a</sup> N SISTEMA MODA

ARTICOLAZIONE: TESSILE, ABBIGLIAMENTO E MODA

**Docente:** *prof. Alessandro FRONGLIA*

**Testo in adozione:** Tecniche di Marketing & Distribuzione – A. Grandi – Editrice San Marco

### **CONTENUTI DISCIPLINARI**

#### **UNITÀ 1 – IMPRESA E MERCATO**

##### **1. IMPRENDITORE E IMPRESA**

- L'imprenditore
  - L'articolo 2082 e la sua analisi
  - I compiti dell'imprenditore
  - Le tipologie di imprenditore:
    - imprenditore agricolo
    - Imprenditore commerciale
    - Imprenditore artigiano
    - Imprenditore familiare
- La definizione di impresa
- La classificazione delle imprese
- I soggetti del diritto: persona fisica e giuridica
- Le società:
  - Le società di persone
  - Le società di capitali
  - Le società cooperative
- L'organizzazione aziendale
  - Le funzioni aziendali
  - La struttura organizzativa di un'impresa: i principali modelli organizzativi
- Microambiente e macroambiente

##### **2. PRODUZIONE MERCATO DISTRIBUZIONE**

- Beni economici
  - La classificazione dei beni economici
- Servizi



ISTITUTO DI ISTRUZIONE SUPERIORE  
**“Michelangelo Buonarroti”**  
Via Velio Spano, 7 - 09036 Guspini (SU)

- Processo produttivo
  - I settori produttivi
- Il mercato
  - La domanda
    - Tipologie di domanda
  - L'offerta
  - Il prezzo di equilibrio
- I regimi di mercato
  - La libera concorrenza
    - Concorrenza perfetta e concorrenza imperfetta
  - il monopolio e l'oligopolio (differenze e confronto)
- La distribuzione
  - Canale diretto
  - Canale indiretto corto
  - Canale indiretto lungo

## 2. ORIGINI E SVILUPPO DEL MARKETING

- Il marketing significativo
- Nascita ed evoluzione
- Dal prodotto al consumatore
- L'analisi dei bisogni
  - Classificazione dei bisogni
  - Piramide di Maslow
- La rivoluzione digitale
- Nuove sfide

## UNITÀ 2 – IL MARKETING ANALITICO

### 1. LE RICERCHE DI MARKETING

- Le analisi di marketing
- Metodi di ricerca
  - Ricerche quantitative
  - Ricerche qualitative
- Pianificare una ricerca di marketing
  - Campione e universo
  - Raccolta dei dati
  - Analisi dei dati
  - Potenziali acquirenti
- Strumenti di ricerca



ISTITUTO DI ISTRUZIONE SUPERIORE  
**“Michelangelo Buonarroti”**  
Via Velio Spano, 7 - 09036 Guspini (SU)

- Questionari
- Interviste e colloqui
- Osservazione etnografica
- Ruolo dell'intervistatore
- Report

Guspini, addì 6 giugno 2024

il docente

*prof. Alessandro Frongia*

gli studenti