



[www.ferrarisusa.it](http://www.ferrarisusa.it)

ISTITUTO DI ISTRUZIONE SUPERIORE STATALE

**ENZO FERRARI** | SUSA TO



Percorso Formativo

# Tecnici della Gestione Aziendale

indirizzo

# Marketing and E - Commerce

## DESCRIZIONE DELL'INDIRIZZO

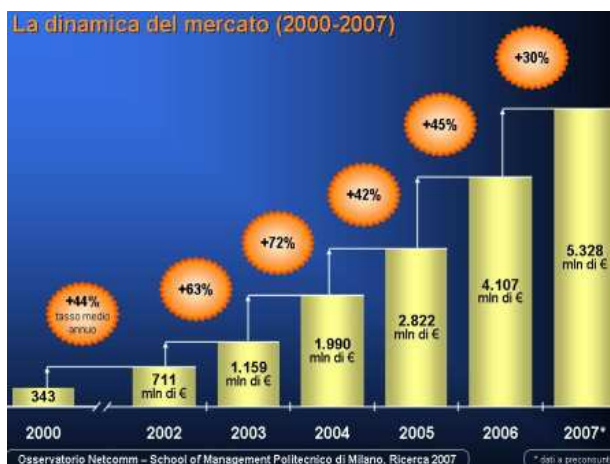
L'Istituto forma Tecnici della Gestione Aziendale, dotati di conoscenze nel campo delle tecniche contabili e degli aspetti fiscali. L'evolversi del mercato e l'avvento di Internet hanno prodotto una vera e propria rivoluzione nel campo delle strategie di vendita. Nella new economy la tecnologia non rappresenta più una risorsa marginale, ma lo strumento che permette alle aziende di essere fortemente competitive sul mercato.

Attraverso l'introduzione dell'indirizzo "MARKETING and E-COMMERCE" si forniscono allo studente gli strumenti fondamentali di analisi, strategia e tattica di marketing per operare nell'impresa secondo logiche orientate al mercato; è obiettivo principale offrire saperi sulle nuove tecnologie informatiche, in particolare sull'e-commerce, che consentono alle imprese di migliorare l'efficienza e la qualità dei propri servizi con una notevole riduzione dei costi.

Oggi infatti le imprese, in qualsiasi settore esse operino, creano ricchezza raccogliendo, elaborando e distribuendo informazioni, in un dialogo costante con i clienti e con i mercati per fornire ad essi risposte e servizi immediati.

## FIGURA PROFESSIONALE

Questa figura professionale cura l'attuazione delle strategie relative ai prodotti/mercati, nonché l'attuazione delle politiche commerciali e promozionali, collabora all'organizzazione ed al coordinamento delle vendite e della distribuzione a livello nazionale ed internazionale. Si occupa della commercializzazione anche attraverso l'uso dell'e-commerce di beni di largo consumo e della



Come evidenziato da una ricerca della Camera di Commercio di Milano: si conferma costante l'aumento del numero di imprese dedite al commercio elettronico, passate dalle 646 attive nel 2004 alle 3.422 del 2007. Rispetto al 2005 l'incremento del fatturato è stato del 42%, con un volume di affari di circa 2,906 miliardi.

progettazione, coordinamento, realizzazione e controllo di tutte le iniziative legate al lancio ed alla vendita di un prodotto o una linea di prodotti.

**L'indirizzo si articola inizialmente sui tre anni necessari al conseguimento della qualifica.**

**Ciascuno di essi è finalizzato al conseguimento di uno specifico obiettivo didattico.**

### QUADRO ORARIO DEL NUOVO PIANO DI STUDI

(In rosso sono evidenziate le due nuove discipline oggetto di studio.)

Disciplina / Classe	1	2	3	4	5
<b>Area comune</b>					
Educazione fisica	2	2	2	2	2
Religione/attività alternative	1	1	1	1	1
Italiano	5	5	3	4	4
Storia	1*/2*	1/2 *	2	2	2
Lingua straniera Francese	3	3	3		
Diritto ed Economia	2	2	-	-	-
Matematica e Informatica	4	4	3	3	3
Scienze della Terra e Biologia	2*	2 *	-	-	-
<b>Totale area comune</b>	<b>20/21</b>	<b>21/22</b>	<b>14</b>	<b>12</b>	<b>12</b>
<b>Area di indirizzo</b>					
Economia d'azienda	5	6	7	7	8
Geografia delle risorse	-	-	2 *	2	-
Diritto ed Economia	-	-	3 *	3	4
<b>Marketing</b>	<b>1/2 *</b>	<b>1/2 *</b>	<b>2</b>		
<b>E-Commerce</b>	<b>1</b>	<b>1/2 *</b>	<b>2</b>		
Informatica gestionale.	-	-	3	3	3
Lingua straniera (Inglese)	4	4	3	3	3
Lab. Trattamento Testi e Applicazioni Gestionali	5*	4 *	2		
<b>Totale area di indirizzo</b>	<b>15/16</b>	<b>14/15</b>	<b>22</b>	<b>18</b>	<b>18</b>
<b>Area professionalizzante</b>				<b>6</b>	<b>6</b>
<b>Tot. ore settimanali</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>36</b>

## **MODIFICHE QUADRO ORARIO**

Come emerge dal quadro orario sopra esposto, le ore che saranno dedicate all'insegnamento del marketing e e-commerce, saranno ricavate dall'utilizzo in autonomia del 15% del monte ore annuo.

Per quanto riguarda l'insegnamento del marketing, nel primo anno sono previste 48 ore complessive. Esse saranno sottratte all'insegnamento della Storia nella misura di 15 ore annue e 33 all'insegnamento delle scienze che vedrà ridotto il proprio monte ore da tre a due ore settimanali.

Per quanto riguarda l'insegnamento dell'e-commerce, le 33 ore previste al primo anno rientreranno tra le 5 settimanali previste per il Laboratorio di trattamento Testi che dovrà pertanto prevedere un adattamento del programma alla nuova disciplina.

Nel secondo anno l'insegnamento del marketing prevede 53 ore annuali, di cui 33 sottratte all'insegnamento delle scienze e 20 a quello di storia. L'e-commerce, al secondo anno di corso prevede 46 ore di insegnamento che rientreranno, come al primo anno, nelle ore previste per il Laboratorio di Trattamento Testi.

Il terzo anno di corso prevede per il marketing 66 ore annuali di insegnamento che saranno sottratte nella misura di un'ora settimanale rispettivamente alla geografia e a diritto. Le 66 ore previste per l'e-commerce saranno ricavate dalle ore di compresenza in laboratorio previste per l'economia aziendale e per l'informatica, nella misura di un'ora settimanale per ciascuna attività.

## **OBIETTIVI FORMATIVI**

### **PRIMO ANNO**

**Marketing** 48 ore (Tab. 1)

Il programma didattico si propone di esplicitare gli elementi di base riguardanti il marketing.

In particolare gli studenti dovranno:

- Comprendere i concetti fondamentali del marketing tradizionale;
- Conoscere gli strumenti per analizzare i mercati;
- Comprendere i processi di acquisto del consumatore
- Individuare le strategie che permettono le decisioni sui prezzi, il posizionamento del prodotto sul mercato;
- Cogliere le relazioni tra distribuzione e politiche di comunicazione.

## **E-Commerce** 33 ore (Tab. 1) .

Il percorso formativo è finalizzato a trasmettere :

- i fondamentali saperi riguardanti l'architettura di un moderno calcolatore e del suo sistema operativo;
- l'introduzione alla progettazione di un sito WEB.
- Le caratteristiche fondamentali della New Economy

## **SECONDO ANNO**

### **Marketing** 53 ore (Tab. 1)

Nel modulo didattico si approfondiranno gli aspetti della distribuzione. In particolare gli studenti dovranno:

- Conoscere le modalità attraverso le quali le imprese assumono decisioni relative alla tipologia dei prodotti e dei servizi da offrire ai clienti in target;
- Acquisire le metodologie idonee alla gestione della marca;
- Individuare gli strumenti per la determinazione del prezzo dei prodotti e servizi;
- Individuare le strategie per la scelta dei canali commerciali;
- Analizzare i processi per: la determinazione del budget pubblicitario, l'individuazione dei media per la comunicazione ai clienti in target; la gestione della rete di vendita e della logistica distributiva.

### **E-Commerce** 46 ore (Tab. 1) .

Al termine del secondo anno gli studenti dovranno:

- Approfondire lo studio delle pagine web;
- Conoscere le modalità del linguaggio HTML,
- Comprendere i primi elementi di Front Page per la realizzazione di un sito internet,
- Conoscere le problematiche riguardanti la pubblicazione del sito sulla rete.
- Sviluppare e applicare le conoscenze riguardanti il marketing on line.

## **TERZO ANNO**

### **Marketing** 66 ore (Tab. 1)

Il programma prevede che gli studenti sappiano orientarsi rispetto ai seguenti obiettivi didattici:

- Definire il piano di marketing;
- Individuare i criteri di organizzazione, realizzazione e controllo delle attività di marketing per tipologia di impresa;
- Saper applicare a casi aziendali concreti alcuni temi del marketing operativo.

### **E-Commerce** 66 ore (Tab. 1) .

Il programma prevede il raggiungimento dei seguenti obiettivi:

- studio degli strumenti professionali per la progettazione di siti WEB;
- applicazione diretta all'e-commerce;
- elaborazione di un sito WEB ;
- sviluppo e lancio di un nuovo concept di prodotto o servizio.

## **METODI DIDATTICI**

Le metodologie didattiche sono molteplici. A moduli didattici di tipo convenzionale, infatti, si alternano moduli interattivi basati sulla preparazione e discussione di casi aziendali e esercitazioni pratiche nel Laboratorio di informatica.

## **PROGRAMMI DELLE DISCIPLINE**

### **MARKETING**

#### **1° ANNO**

- Introduzione al Marketing
- Cos'è il marketing
- Le leve del marketing operativo: prodotto; distribuzione; prezzo; comunicazione
- Analisi del comportamento dell'acquirente
- Il comportamento d'acquisto del consumatore
- La risposta comportamentale, quota di mercato e fedeltà alla marca.

#### **2° ANNO**

- Le ricerche di marketing
- I diversi aspetti del marketing della distribuzione
- I fattori critici del marketing della distribuzione
- Il coinvolgimento del cliente nella realizzazione del servizio
- Posizionamento del servizio nell'ambito della distribuzione
- Segmentazione del mercato e marketing relazionale
- La struttura dei costi e la strategia di prezzo
- Scelte di distribuzione: gestione diretta o contrattualizzazione dei servizi
- Comunicazione e promozione dei servizi
- Il marketing individuale
- Le nuove frontiere della distribuzione

### **3° ANNO**

- Differenti tipologie di imprese e loro organizzazione
- Il marketing nelle imprese industriali
- Il marketing delle imprese commerciali
- Il marketing delle imprese di servizi: imprese bancarie, assicurative, turistiche.

## **E- COMMERCE**

### **1° ANNO**

- Architettura di un elaboratore
- Sistema operativo Windows
- Il commercio elettronico
- Diverse categorie di commercio elettronico
- Differenza tra e- commerce e commercio tradizionale
- Il negozio sempre aperto
- La nuova economia
- Attenuazione di confini di settore
- Pianificare un'attività di e- commerce
- Avviamento alla costruzione di un sito internet funzionale all'e- commerce

### **2° ANNO**

- Le pagine web
- Il WWW: architettura, indirizzi, link, browser
- I siti web: portali e motori di ricerca
- Le pagine per i siti internet
- Il linguaggio HTML: come il browser interpreta i tag FTP
- Pubblicare sulla rete: il linguaggio HTML

- Le caratteristiche di una pagina
- I nomi dei file
- Visualizzazione delle immagini
- Liste e tabelle
- Posta elettronica: Definizione e competitività
- Mappe sensibili al mouse

### **3° ANNO**

- Pubblicare sulla rete: primi passi con Front Page
  - Progettare un sito
  - Lanciare il programma
  - Inserire un testo in una pagina
  - Inserire un'immagine in una pagina
  - Visualizzazione nel browser
  - Collegamenti ipertestuali
- Strumenti avanzati di Front Page
- Siti a più pagine
- La struttura del sito e i collegamenti
- I pulsanti di navigazione
- Animazione del testo
- Contrassegnare una pagina per un motore di ricerca
- Progettazione e utilizzo del sito internet per il lancio di nuovi prodotti e servizi