



I.I.S. "ENZO FERRARI"



Ministero dell'Istruzione,
dell'Università e della Ricerca

INDIRIZZO PROFESSIONALE SERVIZI COMMERCIALI

Curvatura

**I n f o r m a t i c a
e
M a r k e t i n g**

DESCRIZIONE DELL'INDIRIZZO

L'indirizzo Professionale Servizi Commerciali è un percorso di studi finalizzato all'acquisizione delle competenze necessarie per intervenire nei processi amministrativi e contabili aziendali, anche con il supporto di strumenti informatici.

Il Tecnico della Gestione Aziendale cura, inoltre, l'attuazione delle strategie riguardanti i prodotti, i mercati e le politiche commerciali e promozionali, collabora all'organizzazione ed al coordinamento delle vendite curandone la distribuzione a livello nazionale ed internazionale. Si occupa inoltre della commercializzazione di beni e servizi anche attraverso l'uso dell'e-commerce.

OBIETTIVI

Gli studenti, a conclusione del percorso di studio, conseguono i risultati di apprendimento di seguito specificati in termini di competenze:

- Gestione dei sistemi amministrativi e commerciali;
- Innovazione e miglioramento organizzativo e tecnologico dell'impresa;
- Promozione dell'immagine aziendale attraverso l'utilizzo di diverse tipologie di strumenti, compresi quelli collegati al web;
- Interazione nel sistema azienda sia per quanto riguarda l'area amministrativo-contabile, sia per la gestione delle risorse umane;
- Collaborazione alla gestione degli adempimenti di natura civilistica e fiscale;
- Analisi di problemi e casi aziendali che si presentano nelle varie realtà del mondo del lavoro;
- Comunicazione in almeno tre lingue straniere, con un corretto uso della terminologia di settore.

CURVATURA

La curvatura **INFORMATICA e MARKETING** fornisce allo studente gli strumenti fondamentali di analisi, strategia e tattica di marketing per operare nell'impresa secondo logiche orientate al mercato.

Il **marketing** è il processo che pianifica e realizza la progettazione, la politica dei prezzi, la promozione e la distribuzione di idee, beni e servizi volti a creare mercato, a soddisfare obiettivi di singoli individui o organizzazioni e capire quali sono le campagne di comunicazione da intraprendere.

Oggi il **web marketing** è parte integrante di qualsiasi strategia di vendita, tanto che ormai è diventato quasi inutile distinguerlo dal marketing in generale.

Web marketing significa studiare una strategia che permetta di vendere online il prodotto tramite quell'insieme di strumenti, tecniche e metodologie che si traducono prima nella pubblicazione di un progetto web, poi nella realizzazione e promozione di un sito internet.

L'utilizzo delle nuove tecnologie informatiche, in particolare dell'**e-commerce**, consente alle imprese di migliorare l'efficienza e la qualità dei propri servizi, con una notevole riduzione dei costi.

Nella new economy la tecnologia non rappresenta più una risorsa marginale, ma lo strumento che permette alle aziende di essere fortemente competitive sul mercato. Nel mondo sono più di 4 i miliardi di persone che utilizzano Internet. Questo fatto si traduce in una straordinaria opportunità di poter raggiungere un vasto numero di clienti abituali e potenziali ai quali offrire 24 ore al giorno, sette giorni alla settimana, i propri prodotti e servizi.

La curvatura prevede inoltre l'insegnamento di una nuova lingua comunitaria, lo **spagnolo**, in aggiunta al francese ed all'inglese. L'offerta formativa relativa allo studio delle lingue straniere si diversifica e si arricchisce in risposta alle esigenze di un mondo sempre più globalizzato.

QUADRO ORARIO

DISCIPLINE	1° biennio		2° biennio		5° anno
	I	II	III	IV	V
Lingua e letteratura italiana	4	4	4	4	4
Storia - Geografia	2	2	2	2	2
Lingua inglese	3	3	3	3	3
Seconda e terza lingua europea	2 + 1	2 + 1	2 + 1	2 + 1	2 + 1
Matematica	4	4	3	3	3
TIC (Tecnologie dell'Informazione e della Comunicazione)	2	2			
Diritto ed economia	2	2	3	4	4
Scienze integrate	2	2			
Scienze motorie	2	2	2	2	2
Tecniche professionali dei servizi commerciali	6*	6*	8*	8*	8*
<i>*di cui Marketing</i>	2	2	2	2	1
<i>*di cui laboratorio di Informatica</i>	2	2	2	2	2
Tecniche di comunicazione			3	3	3
Religione cattolica (o attività alternativa)	1	1	1	1	1

MODIFICHE QUADRO ORARIO

Le discipline di indirizzo assumono caratteristiche funzionali alle finalità della curvatura del corso:

- Nella disciplina Tecniche Professionali dei Servizi Commerciali per due ore curricolari settimanali verrà svolto il programma di **Marketing**.
- Nelle due ore di compresenza Informatica/Tecniche Professionali verrà svolto, oltre allo studio dei software di settore, la gestione dei Database, il **Web Marketing** e la realizzazione di siti web per l'**e-commerce**.
- Le ore di lingua straniera verranno così ripartite: 3 ore di inglese, 2 ore di francese e 1 ora di spagnolo.

OBIETTIVI FORMATIVI MARKETING

PRIMO ANNO

Il programma didattico si propone di esplicitare gli elementi 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.

SECONDO ANNO

Il programma prevede che gli studenti sappiano:

- Cogliere le relazioni tra distribuzione e politiche di comunicazione;
- 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.

TERZO ANNO

Il programma prevede che gli studenti sappiano:

- 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.

QUARTO ANNO

Al termine del quarto anno gli studenti dovranno:

- Definire un piano di marketing;
- Individuare i criteri di organizzazione, realizzazione e controllo delle attività di marketing per tipologia di impresa;
- Individuare gli effetti delle strategie di marketing sul mercato.

QUINTO ANNO

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

- Saper applicare a casi aziendali concreti alcuni temi del marketing operativo;
- Utilizzare le leve di marketing e applicare le procedure della customer satisfaction;
- Applicare le norme e le procedure ISO di riferimento.

OBIETTIVI FORMATIVI INFORMATICA ed E-COMMERCE

PRIMO BIENNIO

A conclusione del primo biennio lo studente deve acquisire le competenze di seguito richiamate:

- Gestire i sistemi informativi aziendali tramite i software applicativi del settore;
- Ottimizzare i sistemi di archiviazione aziendale tramite la gestione di Database;
- Comprendere i principali elementi di un'attività di web marketing.

SECONDO BIENNIO

A conclusione del secondo biennio lo studente deve acquisire le competenze di seguito richiamate:

- Applicare strategie per far crescere gli obiettivi di un'azienda tramite lo studio del web marketing;
- Saper applicare le conoscenze riguardanti il web marketing per la progettazione di siti internet;
- Progettare e realizzare siti e-commerce per la vendita online dei prodotti.

QUINTO ANNO

A conclusione del quinto anno lo studente deve acquisire le competenze di seguito richiamate:

- Saper contribuire allo sviluppo di una campagna di comunicazione del sito Web utilizzando gli strumenti della promozione on line;
- Utilizzare le reti e gli strumenti informatici anche nelle attività di studio, ricerca e approfondimento disciplinare.