

<b>CORSO DI</b> ECONOMIA E MARKETING  <b>A.S. 2018/2019</b>	<b>CLASSE</b> 3 Scientifico	<b>SEZIONE</b> A	<b>DOCENTE</b> Besana, Fimiani	<b>DISCIPLINE COINVOLTE</b>
<b>COMPETENZE DI CITTADINANZA ANNUALI:</b>  <b>C1</b> - IMPARARE AD IMPARARE <b>C4</b> - COLLABORARE E PARTECIPARE <b>C6</b> - RISOLVERE PROBLEMI <b>C7</b> - INDIVIDUARE COLLEGAMENTI E RELAZIONI <b>C8</b> - ACQUISIRE ED INTERPRETARE L'INFORMAZIONE				
<b>COMPETENZE DI AREA:</b>  <b>ACLAM1</b> - Comprendere il linguaggio formale specifico della matematica, saper utilizzare le procedure tipiche del pensiero matematico, conoscere i contenuti fondamentali delle teorie che sono alla base della descrizione matematica della realtà. <b>ACLAM2</b> - Possedere i contenuti fondamentali delle scienze fisiche e delle scienze naturali (chimica, biologia, scienze della terra, astronomia), padroneggiandone le procedure e i metodi di indagine propri, anche per potersi orientare nel campo delle scienze applicate. <b>ACLAM3</b> - Essere in grado di utilizzare criticamente strumenti informatici e telematici nelle attività di studio e di approfondimento; comprendere la valenza metodologica dell'informatica nella formalizzazione e modellizzazione dei processi complessi e nell'individuazione di procedimenti risolutivi.				
<b>COMPETENZE DISCIPLINARI ANNUALI:</b>  <b>E1-1B</b> —Saper utilizzare i metodi e le categorie interpretative delle scienze economiche, giuridiche e sociologiche per prendere decisioni e fare scelte responsabili. <b>E2-1B</b> —Saper utilizzare adeguati strumenti matematici, statistici ed informatici per l'analisi di fenomeni economici e sociali.				

## UNITÀ DIDATTICA 1: INTRODUZIONE AL CONCETTO DI PRODOTTO

COMPETENZE DISCIPLINARI SPECIFICHE	CONTENUTI	ABILITA'	METODI STRUMENTI RISORSE	TIPOLOGIA DELLE VERIFICHE E PRODOTTI	TEMPISTICA PREVISTA
E1-1B E2-1B	<p>Definizione di marketing. Concorrenti diretti e indiretti. Fonte di business</p> <p>Concetto di innovazione. Condizioni perché l'innovazione abbia successo.</p> <p>Definizione di posizionamento e di target.</p> <p>Impostazione di un product test: obiettivo, campione, metodologia.</p>	<p>Conoscere il concetto di prodotto, del suo posizionamento all'interno di un mercato e del target.</p> <p>Saper impostare semplici product test definendone obiettivo, campione e metodologia.</p>	<p>Lezioni frontali</p> <p>Esercitazioni singole e collettive</p> <p>Dispense</p>	<p>Verifiche scritte e orali.</p>	<p>Settembre Ottobre</p>

## UNITÀ DIDATTICA 2: INTRODUZIONE ALLE RICERCHE DI MERCATO

COMPETENZE DISCIPLINARI SPECIFICHE	CONTENUTI	ABILITA'	METODI STRUMENTI RISORSE	TIPOLOGIA DELLE VERIFICHE E PRODOTTI	TEMPISTICA PREVISTA
E1-1B E2-1B	<p>Ricerche quantitative:significatività, rappresentatività.</p> <p>Ricerche qualitative (motivazionali - non direttive): colloqui clinici individuali, colloqui di gruppo(focus group, desk research, laboratori creativi, analisi semiotiche, ...).</p> <p>Ricerche semistrutturate (quantiqualitative – semiquantitative): validità delle ricerche, sondaggi, previsioni, exit-poll, proiezioni, etc. Tipologia delle ricerche: personali, telefoniche postali, web-based, etc. Formulazione delle domande e stesura del questionario. Atteggiamenti – Comportamenti.</p>	<p>Saper impostare ricerche di mercato in base alle diverse esigenze e alle varie situazioni. Saper scegliere tra ricerche quantitative e/o qualitative e in entrambi i casi saperne distinguere l'opportuna tipologia.</p>	<p>Lezioni frontali</p> <p>Esercitazioni singole e collettive</p> <p>Dispense</p>	<p>Verifiche scritte e orali.</p>	Ottobre

**UNITÀ DIDATTICA 3: STATISTICA E SUE APPLICAZIONI ALLE RICERCHE DI MERCATO**

<b>COMPETENZE DISCIPLINARI SPECIFICHE</b>	<b>CONTENUTI</b>	<b>ABILITA'</b>	<b>METODI STRUMENTI RISORSE</b>	<b>TIPOLOGIA DELLE VERIFICHE E PRODOTTI</b>	<b>TEMPISTICA PREVISTA</b>
E1-1B E2-1B	<p>Problema del campionamento: intervalli di confidenza e misura degli errori di campionamento.</p> <p>Tabelle stastitiche di frequenza: frequenza assoluta e percentuale. Indicatori centrali e indicatori di variabilità. Rappresentazione grafica di dati statistici.</p> <p>Tabelle a doppia entrata e analisi bivariata: distribuzioni congiunte e marginali. Indipendenza e dipendenza in distribuzione. Correlazione. Regressione (cenni). Test del Chi Quadro.</p>	<p>Saper analizzare serie di dati utilizzando strumenti statistici.</p> <p>Saper mettere l'analisi statistica al servizio delle ricerche di mercato e delle decisioni di marketing.</p> <p>Saper utilizzare strumenti informatici (in particolare il foglio elettronico) come supporto all'analisi statistica dei dati.</p>	<p>Lezioni frontali</p> <p>Esercitazioni singole e collettive</p> <p>Dispense</p> <p>Laboratorio di informatica</p>	<p>Verifiche scritte e orali.</p>	<p>Novembre Dicembre Gennaio Febbraio</p>

#### UNITÀ DIDATTICA 4: PROBLEMI DI OTTIMIZZAZIONE

COMPETENZE DISCIPLINARI SPECIFICHE	CONTENUTI	ABILITA'	METODI STRUMENTI RISORSE	TIPOLOGIA DELLE VERIFICHE E PRODOTTI	TEMPISTICA PREVISTA
E1-1B E2-1B	La ricerca operativa: la programmazione lineare (con risoluzione grafica nel caso di due variabili), la programmazione lineare intera. Il Solver di Excel.	Saper creare il modello matematico partendo da un problema reale.  Saper utilizzare alcuni strumenti matematici per arrivare alla soluzione ottima di problemi decisionali.  Quando necessario saper utilizzare opportuni strumenti informatici.	Lezioni frontali  Esercitazioni singole e collettive  Dispense  Laboratorio di informatica.	Verifiche scritte e orali.	Marzo Aprile Maggio