



Gianluca Buganè, Veronica Fossa

Strategie di marketing

Impresa, mercato & distribuzione

HOEPLI

Destinazione

Ordine e indirizzo di scuola	Materia
Scuola secondaria di secondo grado / Istituti Tecnici Tecnologici / indirizzo Sistema moda / Terzo, quarto e quinto anno / Istituti Professionali / indirizzo Industria e artigianato per il Made in Italy / Terzo, quarto e quinto anno	Economia e marketing delle aziende della moda / Tecniche di distribuzione e marketing

La proposta culturale e didattica

Il progetto culturale

In un unico volume, il corso si propone come un **manuale pratico, completo e di facile consultazione**. Seguendo uno schema progressivo per agevolare l'assimilazione dei contenuti, il testo accompagna gli studenti nel reperire tanto le informazioni fondamentali quanto gli approfondimenti, gli spunti interdisciplinari e i collegamenti con la realtà in una logica di **apprendimento per competenze**.

Gli obiettivi didattici e gli strumenti per raggiungerli

Il corso è organizzato in **Unità di Apprendimento**, con una suddivisione in **Lezioni** che presentano gli argomenti attraverso paragrafi brevi, frequenti titoli esplicativi, **schemi e tabelle** di immediata fruizione, nonché di una **ricca iconografia**. Ogni Lezione propone inoltre:

- brevi **casi aziendali** per approfondire la conoscenza degli aspetti principali della materia (*Screenshot*);
- **esercizi guidati** per valutare le conoscenze e testare le principali abilità (*My personal trainer*);
- un **glossario** dei termini tecnici per la puntualizzazione di un lessico economico-aziendale adeguato;
- una **sintesi testuale** (*Chesk-list*) che utilizza lo stile a domande e risposte, contraddistinta dall'utilizzo di **caratteri ad alta leggibilità**;
- una batteria di **esercizi** per la verifica delle conoscenze, delle abilità e delle competenze.

A conclusione di ogni Unità è presente la sezione **100% Expert** che raccoglie: **casi di studio per lo sviluppo di abilità e competenze**, **compiti di realtà**, **letture** tratte da articoli e riviste in **lingua inglese (CLIL)**, una **sintesi visiva dei contenuti** (*Road map*).

Completa e approfondisce il volume **Strategie di marketing plus**, specifico per il **Settore moda**, ricco di contenuti e apparati didattici. Il volume affronta le diverse tematiche inerenti al marketing con un taglio specifico per il settore moda, dando spazio a un processo di apprendimento più efficace, facilitato **dall'attualizzazione dei contenuti** in base alle più recenti tendenze evolutive del sistema moda e delle opportunità comunicative fornite dai **social media** nell'ambito del processo di globalizzazione che ha coinvolto le imprese, sia industriali che di servizi.

Particolare attenzione è riservata ai temi relativi alla **sostenibilità ambientale**, in riferimento anche agli **obiettivi dell'Agenda 2030**.

Gli autori

Gianluca Buganè, esperto di marketing strategico e operativo in aziende del settore moda-abbigliamento, svolge attività di consulenza ed è docente di discipline economico-aziendali. Già autore Hoepli di *Ufficio marketing & comunicazione* (2006).

Veronica Fossa, esperta di processi formativi e autrice di numerosi testi, svolge attività di consulenza ed è docente di discipline economico-aziendali.

Composizione dell'offerta

Per lo studente

	Articolazione di ogni volume in tomi	Contenuti digitali integrativi	Pagine	ISBN e Prezzo	ISBN e Prezzo
	cartaceo + digitale			solo digitale	
Volume unico	1 Tomo	Libro digitale e risorse online	XIV-298	9788836000050 Euro 19,90	9788836000067 Euro 14,93
Strategie di marketing plus	1 Tomo	Libro digitale e risorse online	XII-148	9788836006014 Euro 9,90	9788836006021 Euro 7,43

- I dati sono aggiornati al settembre 2022.

Per l'insegnante e la classe

Per l'insegnante	Materiali per la didattica inclusiva
<p>La Guida per il docente contiene utili suggerimenti per la programmazione didattica, verifiche per ciascuna Lezione, diversificate per alunni con disturbi specifici di apprendimento, una verifica di fine Unità e le soluzioni delle verifiche presenti nella Guida e degli esercizi proposti nel volume.</p>	<p>Il testo presenta utili strumenti per la didattica inclusiva: sintesi testuale (Check-list) contraddistinta dall'utilizzo di caratteri ad alta leggibilità, sintesi visiva dei contenuti (<i>Road map</i>) e verifiche dedicate nella Guida per il docente.</p>

Il digitale integrativo

Tipologia di digitale	Tipo di piattaforma utilizzata	Per quali devices	Con quali modalità di accesso per gli utenti	Contenuti integrativi	
eBook+	bSmart	PC e Tablet in ambiente Windows e Machintosh	Scaricabile gratuitamente con codice coupon	Approfondimenti	Esercizi interattivi
Risorse online	Hoepliscuola.it	PC e Tablet in ambiente Windows e Machintosh	Registrazione al sito hoepliscuola.it	Tutti i materiali digitali presenti nell'eBook+ oltre alla Guida per il docente in una sezione riservata.	
Piattaforma didattica	bSmart Classroom	PC e Tablet in ambiente Windows e Machintosh	Registrazione al sito bSmart.it	Registro elettronico	Archivio digitale
				Classe virtuale	Consultazione dei propri eBook

[NOTA]

eBook+

Libro di testo digitale e interattivo, comprensivo dei contenuti digitali integrativi. L'eBook+ può essere consultato online, tramite la piattaforma didattica, oppure può essere scaricato per la consultazione e lo studio offline. Nel secondo caso, è necessario installare l'applicazione gratuita "bSmart" a partire dalla pagina web seguente:

<https://www.bsmart.it/pages/scarica>

La stessa applicazione consente di leggere i libri digitali pubblicati dalle numerose case editrici che aderiscono al sistema bSmart: <https://www.bsmart.it/books>

Piattaforma didattica

La piattaforma didattica "bSmart Classroom" è un ambiente dedicato all'interazione tra il docente e la classe.

La piattaforma è aperta e interoperabile poiché l'accesso è libero e il funzionamento è garantito sui dispositivi più diversi, purché dotati di un browser web comune e aggiornato.

All'interno della piattaforma docenti e studenti possono attivare, acquistare e visualizzare anche i libri di testo.

Caratteristiche tecniche dell'edizione a stampa

Formato	Colori	Tipo carta	Grammatura minima carta	Copertina	Legatura
21 x 28,5	4 colori	Patinata opaca	70 grammi	Plasticata lucida 4 colori	Brossura cucita a filo refe

Rapporto con il cliente

Condizioni contrattuali

I libri di testo in versione a stampa sono pienamente fruibili dall'acquirente, nei limiti della normativa sulla protezione del diritto d'autore.

Le fotocopie per uso personale del lettore possono essere effettuate nei limiti del 15% di ciascun volume dietro pagamento alla SIAE del compenso previsto dall'art. 68, commi 4 e 5, della legge 22 aprile 1941 n. 633. Le riproduzioni effettuate per finalità di carattere professionale, economico o commerciale o comunque per uso diverso da quello personale possono essere effettuate a seguito di specifica autorizzazione rilasciata da CLEARedi, Centro Licenze e Autorizzazioni per le Riproduzioni Editoriali, corso di Porta Romana n. 108, 20122 Milano, e-mail autorizzazioni@clearedi.org sito web www.clearedi.org

I libri di testo in versione digitale interattiva e i contenuti digitali integrativi online sono usufruibili, oltre che con limiti indicati dalla normativa sul diritto d'autore, anche con quelli evidenziati nella loro rispettiva licenza d'uso, le cui condizioni sono chiaramente fornite dall'editore all'atto dell'acquisto o della registrazione da parte dell'utente.

Customer care

Il customer care è organizzato per fornire supporto a tutti coloro che hanno rapporti con la casa editrice. Vi sono referenti a disposizione di: docenti, scuole, studenti, genitori, librerie, grossisti, agenti e fornitori.

Ad ognuna di queste categorie, la casa editrice fornisce informazioni e supporto secondo le specifiche esigenze. Numero del customer care: 02-864871. Per le problematiche legate ai prodotti digitali e ai servizi online, è a disposizione un supporto via mail: hoepliscuola@hoepli.it

Verifica della qualità

I nostri prodotti sono sottoposti a un'attenta verifica di qualità attraverso un sistema di controllo che garantisce più passaggi redazionali sui materiali in via di lavorazione.

La qualità degli autori, del personale redazionale, delle figure che controllano e validano i processi lavorativi hanno garantito negli anni un livello scientifico di alto profilo alle nostre edizioni.

Osservanza di norme e di comportamenti

Proprietà intellettuale

Come operatore del settore dell'editoria e dei nuovi media, Hoepli ha particolare consapevolezza dell'importanza della proprietà intellettuale e, per questo, rispetta e protegge il contenuto di ogni forma di proprietà intellettuale propria e altrui, si tratti di diritti d'autore, brevetti, marchi, segreti commerciali o altro bene immateriale.

Tale attenzione è costantemente rivolta in tutti gli ambiti operativi, ed in particolare con riguardo alla produzione e vendita di libri, sia in forma cartacea che elettronica, nella gestione del sito internet aziendale, nella cura delle comunicazioni alla SIAE e nell'utilizzo di software professionali.

Le indicazioni del curriculum

L'opera risponde alle Indicazioni nazionali del Ministero dell'istruzione per il curriculum della scuola secondaria di secondo grado.

Norme riguardanti il libro di testo

L'opera risponde alle prescrizioni del Ministero dell'istruzione secondo quanto indicato nel D.M. n. 781 del 27 settembre 2013 riguardante le diverse tipologie di libri di testo, le risorse digitali integrative e i criteri pedagogici generali.

Disponibilità del libro per Diversamente abili

Biblioteca di Monza per ipovedenti; AID Associazione Italiana Dislessia

Codice Etico

Il Codice Etico e il Modello Organizzativo ai sensi della legge 231/2001 adottati dalla casa editrice Hoepli S.p.A. definiscono l'insieme dei valori che la stessa riconosce e condivide, a tutti i livelli, nello svolgimento dell'attività di impresa e dettano le linee guida improntate all'onestà e alla trasparenza a cui essa si conforma nelle relazioni interne e nei rapporti con l'esterno.

La casa editrice Hoepli S.p.A. sostiene con forza i diritti umani, opponendosi a ogni forma di sfruttamento, discriminazione e lavoro nero. La salvaguardia dell'ambiente è un principio prioritario a cui si riferiscono le scelte aziendali.

L'Organismo di Vigilanza, formato da persone indipendenti nel ruolo, è l'ente istituito per vigilare sul rispetto del Codice Etico e del Modello Organizzativo da parte di tutti i destinatari, nonché sull'efficacia delle prescrizioni ivi contenute e sulla loro effettiva applicazione all'interno della casa editrice Hoepli S.p.A.

Codice di autoregolamentazione del settore editoriale educativo

Hoepli aderisce al Codice di autoregolamentazione del settore editoriale educativo approvato nel gennaio 2011 dall'Associazione Italiana Editori e conforma i propri comportamenti alle norme ivi indicate. Il Codice è consultabile sul sito dell'AIE: www.aie.it

Codice Polite Pari Opportunità Libri di Testo

Il Codice, approvato nel 1999 dall'Associazione italiana editori, impegna i produttori di strumenti didattici a evitare messaggi anche implicitamente portatori di discriminazioni di genere ed anzi a favorire una cultura delle pari opportunità nella scuola. Il Codice è consultabile sul sito dell'AIE: www.aie.it

Certificazione di bilancio – Sistemi di controllo contabile

La casa editrice adotta i seguenti sistemi di controllo contabile: il bilancio della società è soggetto a revisione da parte di un revisore legale ai sensi dell'art. 2409 ter del Codice Civile.