



ISTITUTO COMPRENSIVO  
"ARISTIDE GABELLI"



# Il Marketing Plan del mio locale

## I.O.S. Fanfani Camaiti

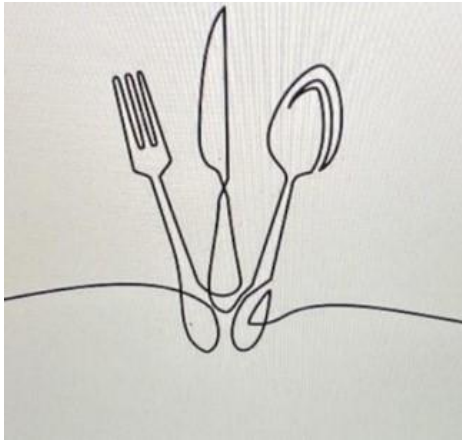
### Pieve S. Stefano (AR)

Sonia Caminati (Vice Preside dell'Istituto Alberghiero)

Francesca Coramusi (Docente di Economia)

LABORATORI FORMATIVI - 11 OTTOBRE 2023 MISTERBIANCO, CATANIA





# CI RITROVIAMO

Viaggi con Noi per riscoprire i sensi che avevi dimenticato nel cassetto dei tuoi ricordi

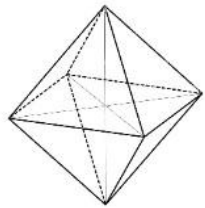
I nostri ragazzi si sono messi in gioco!



**IL FORNO**  
s.r.l.  
Farina del nostro sacco

---

MARKETING PLAN



## ICEBERG

Uno spazio per il divertimento del futuro



### SWOT Analysis

<b>S</b>	<b>STRENGTHS</b> - Good value for money - Open at any time - Take-away - Various types of products (vegan and gluten free)
<b>W</b>	<b>WEAKNESSES</b> - Few seats - Small local - Lots of products to pack - Not innovative
<b>O</b>	<b>OPPORTUNITIES</b> - Very frequented area especially in the presence of the markets - Easily accessible - Popular products on weekends - Using advertising on social medias and internet
<b>T</b>	<b>THREATS</b> - A lot of competitors - The flour price is increasing - possible closure due to lockdown

IL FORNO | MARKETING PLAN

### Marketing Mix

<b>PRICE</b> Prezzi di penetrazione	<b>PRODUCT</b> Pane, pizze e pasti da forno
<b>PLACEMENT</b> Luogo molto frequentato	<b>PROMOTION</b> Pubblicità su internet e social media

IL FORNO | MARKETING PLAN





Presentazione digitale del piano di marketing del proprio locale in parte anche in una lingua straniera

## LEARNING BY DOING

*«Premessa fondamentale di una istruzione basata sul contenuto è che le persone non imparano la lingua e poi la usano, ma imparano la lingua usandola»*

**Eski** (1997).





## Presentazione digitale del piano di marketing del proprio locale in parte anche in una lingua straniera

Conoscenze, abilità e competenze in **lingua inglese e francese** di:

- aspetti generali del marketing
- marketing strategico
- marketing operativo
- web marketing
- piano di marketing



- ✓ Utilizzare il proprio patrimonio lessicale ed espressivo della lingua italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti (italiano); brevi testi in lingua con l'uso del lessico tecnico (lingua inglese e seconda lingua straniera).
- ✓ Diversificare il prodotto e/o servizio in base alle nuove tendenze, ai modelli di consumo, alle pratiche professionali e agli sviluppi tecnologici di mercato.
- ✓ Utilizzare tecniche e strumenti di presentazione e promozione del prodotto e/o servizio rispondenti alle aspettative e agli stili di vita del target di riferimento.
- ✓ Progettare attività promozionali e pubblicitarie secondo il tipo di clientela e la tipologia di struttura.
- ✓ Applicare i criteri di pianificazione del proprio lavoro, operando in gruppo e interagendo con le altre figure professionali e i vari reparti.
- ✓ Progettare attività e/o iniziative di varia tipologia atte a valorizzare le tipicità del territorio.





# CLIL – ANALISI DEL CONTESTO

**TERRITORIO**

**PTOF**



*«Il PTOF riflette le esigenze del contesto culturale, sociale ed economico della realtà locale, tenendo conto della programmazione territoriale dell'offerta formativa»*

SCUOLA

CLASSE

**STORIA E CULTURA**



**NATURA**



**PRODOTTI**







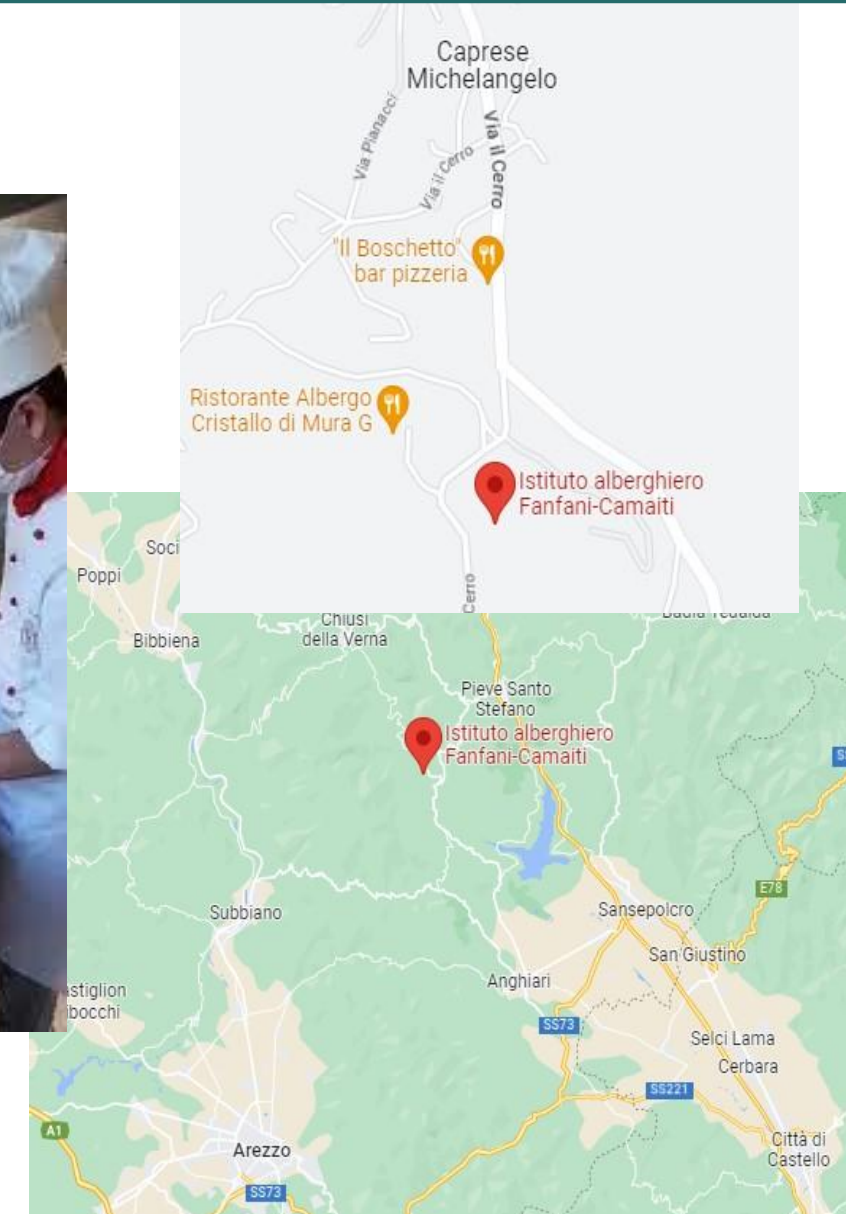
## CLIL – ANALISI DEL CONTESTO



TERRITORIO

SCUOLA

CLASSE



### La scuola dispone:

- Buona connessione Internet
- Aule con LIM, arredo nuovo e comodo da spostare
- 2 laboratori di informatica con 25 postazioni
- Laboratori.....



# CLIL – ANALISI DEL CONTESTO

Una classe eterogenea, sia per rendimento che per interesse e partecipazione, con 2 alunni con rendimento sopra la media e alcuni con maggiori fragilità.

TERRITORIO

SCUOLA

**CLASSE 5**

**Istituto  
Alberghiero**

**20  
STUDENTI**

**12  
FEMMINE  
8 MASCHI**

**1  
ALUNNO**  
con disabilità  
intellettiva lieve  
(docente  
sostegno)

**PEI**  
L. 104/1992  
D.Lgs. 66/2017  
D.Lgs. 96/2019

**4  
ALUNNI DSA**  
3 alunni disgrafici  
1 alunna dislessica

**PDP**  
D.Min. 27/12/2012  
C.M. 08/2013  
L. 170/2010





Portare in classe ciò che è fuori nel mondo ...



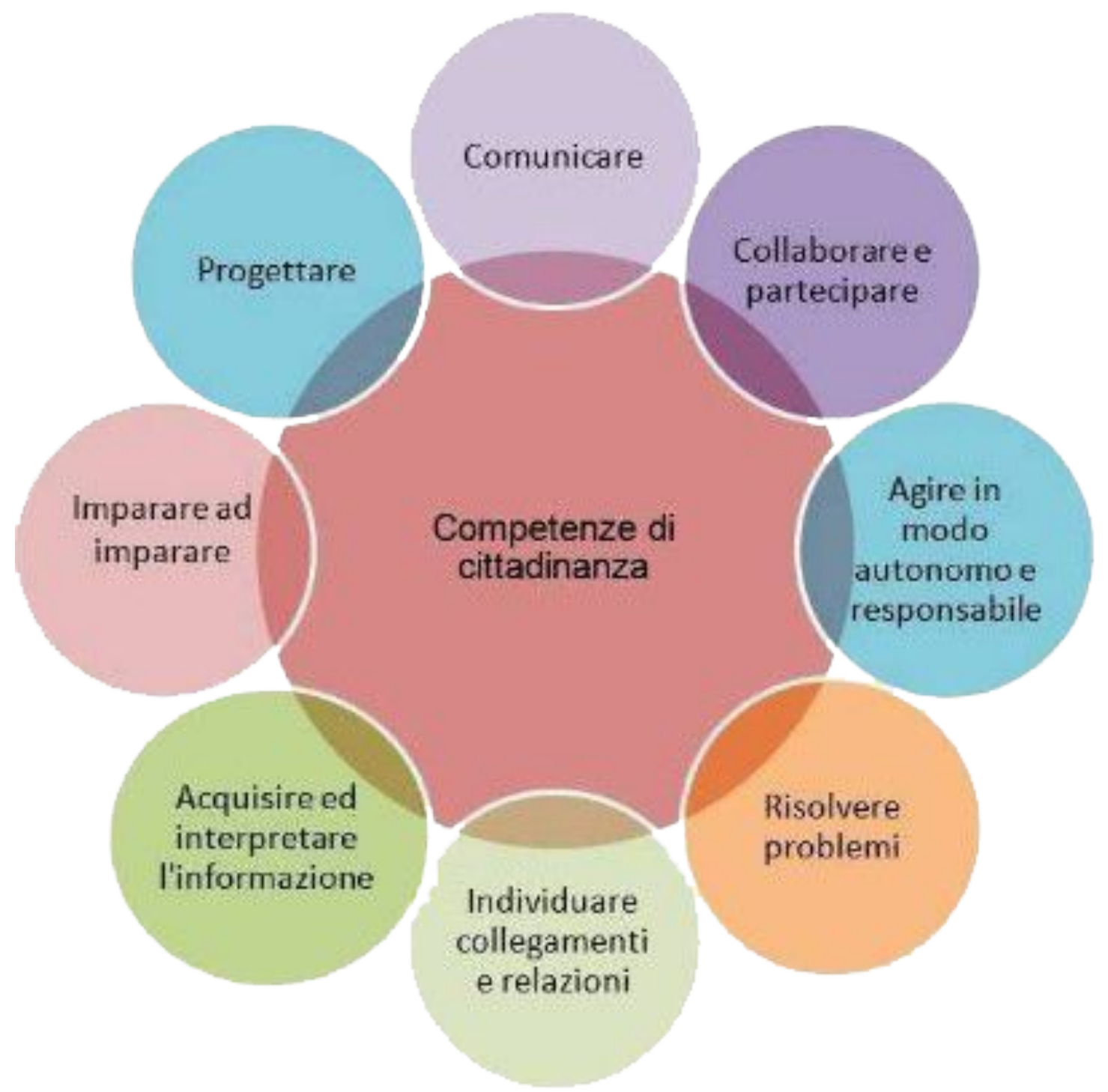
# CLIL – SUCCESSO E INCLUSIONE







# CLIL – COMPETENZE





# CLIL - TECNOLOGIA

## SOSTITUZIONE

Attività di ricerca

## AUMENTO

Produzione di testi

## MODIFICA

Creazione di materiali multimediali

## RIDEFINIZIONE

Realizzazione del prodotto digitale

## SUBSTITUTION

## AUGMENTATION

## MODIFICATION

## REDEFINITION



Il modello S.A.M.R. è la gradualità di inserimento delle tecnologie nelle scuole.  
Come integrare le tecnologie nella pratica didattica.

**By Ruben Puentedura  
(2010)**





E' UTILE DEFINIRE

Risultati di apprendimento

Durata

Metodologia e strumenti

Valutazione



# PERCORSO

Verifica dei prerequisiti e lancio attività (1h)

1

Ideazione dei progetti in gruppo (5h)

3

Presentazione del piano di marketing in gruppo (2h+2h+2h)

5

Verifica sommativa (2h)

7

2  
Acquisizione delle conoscenze e elaborazione dei dati (10h+12h+12h)

4  
Esecuzione dei progetti in gruppo (8h+4h+4h)

6  
Pubblicazione risultati ed autovalutazione (1h)



30h + 18h + 18h





- Lancio attività (1h)
- Acquisizione delle conoscenze e elaborazione dei dati (7h+7h+7h):  
Visione Siti Web  
Svolgimento Modulo sul Marketing

- Esecuzione del progetto (5h+2h+2h)
- Presentazione del piano di marketing (2h+2h+2h)
- Pubblicazione risultati ed autovalutazione (2h)
- Verifica sommativa (2h)



SET

OTT

NOV

DIC

GEN

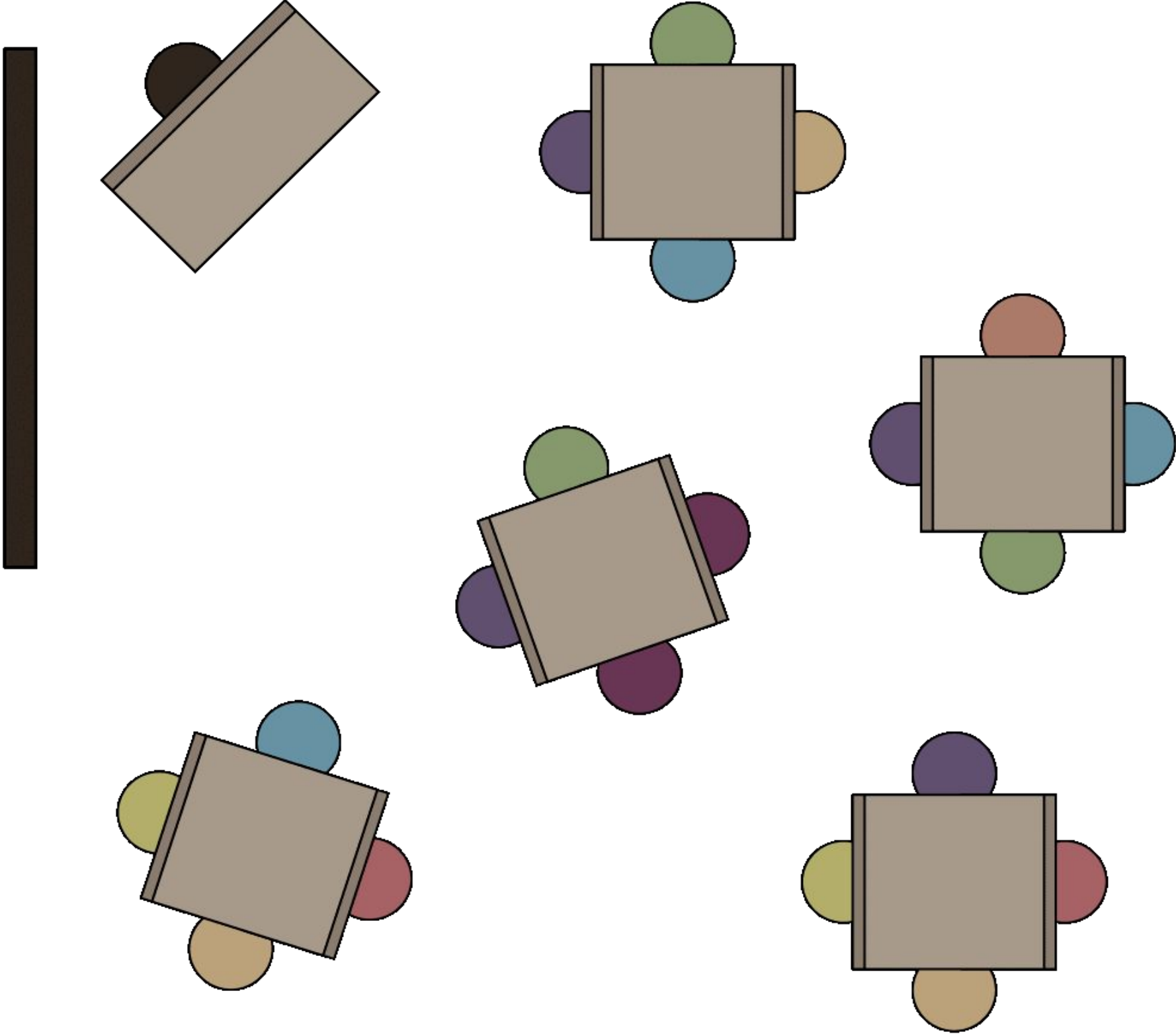
#### PREREQUISITI:

Identificare il legame dei prodotti e servizi con il territorio, riconoscendone la qualità di filiera e, attraverso tecniche tradizionali di lavorazione e commercializzazione, promuoverne la valorizzazione

- Svolgimento Modulo sul Marketing (3h+5h+5h):
- Fase progettuale
- Ideazione del progetto (5h)
- Esecuzione del progetto (3h+2h+2h)



# SETTING DELLA CLASSE







# METODO JIGSAW

## Strumenti /TIC

- Internet
- Libro di testo
- Articoli
- Mappe
- Video



**CLASSEVIVA**

## Perché

- Interdipendenza positiva **MOLTO importante**
- Con scambio di ruoli

## Come

- **4 GRUPPI DA 5 PERSONE**
- **3 FASI:**

**FASE 1:** IN OGNI GRUPPO ogni studente ha il suo compito (**conoscitori base**)

**FASE 2:** SI RIUNISCONO i membri dei medesimi compiti di ogni gruppo (**diventano conoscitori esperti**)

**FASE 3:** ogni studente torna nel proprio gruppo, **ormai da esperto**. Espone le conoscenze e dà avvio al lavoro assegnato dal docente.

Poi presentato alla classe e valutato.



Le lingue straniere...un po' mi spaventano...!

..mi spaventa lavorare in gruppo...!

1

# Verifica dei prerequisiti e lancio attività

1h

Non so se sarò in grado di lavorare con le lingue Straniere

**SCHEDA INIZIALE DI INTERESSE**

**1** Ritieni che ti possa essere di aiuto per migliorare la lingua straniera lavorare in gruppo per redigere il piano di marketing?

Per niente       Poco       Abbastanza       Molto

Perché? \_\_\_\_\_

**2** Ritieni che questo lavoro possa contribuire a migliorare la tua preparazione anche nelle lingue straniere?

Per niente       Poco       Abbastanza       Molto

Perché? \_\_\_\_\_

**3** Ti senti preparato per affrontare questo lavoro in lingua straniera?

Per niente       Poco       Abbastanza       Molto

Perché? \_\_\_\_\_

**4** Quali difficoltà prevedi di dover affrontare?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**5** Ritieni di avere le idee chiare su come affrontare questo lavoro?

Per niente       Poco       Abbastanza       Molto

Perché? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**7** Ti senti in grado di partecipare alle attività del gruppo, anche accettando le critiche dei tuoi compagni?

Per niente       Poco       Abbastanza       Molto

Perché? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**8** Pensi che i tuoi compagni siano in grado di collaborare fattivamente e senza opportunismi?

Per niente       Poco       Abbastanza       Molto

Perché? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**10** Complessivamente come valuti questa proposta di lavoro?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_





Ogni alunno del gruppo deve svolgere uno degli argomenti e confrontarsi con il gruppo, con scambio di ruoli:

- aspetti generali del marketing
- marketing strategico
- marketing operativo
- web marketing
- piano di marketing



2

Acquisizione delle conoscenze e elaborazione dei dati



**10h+12h+12h**

**Importanza di trattare gli argomenti nelle 3 lingue!**







**MARKETING PLAN =**



**+**



**MARKETING STRATEGICO**

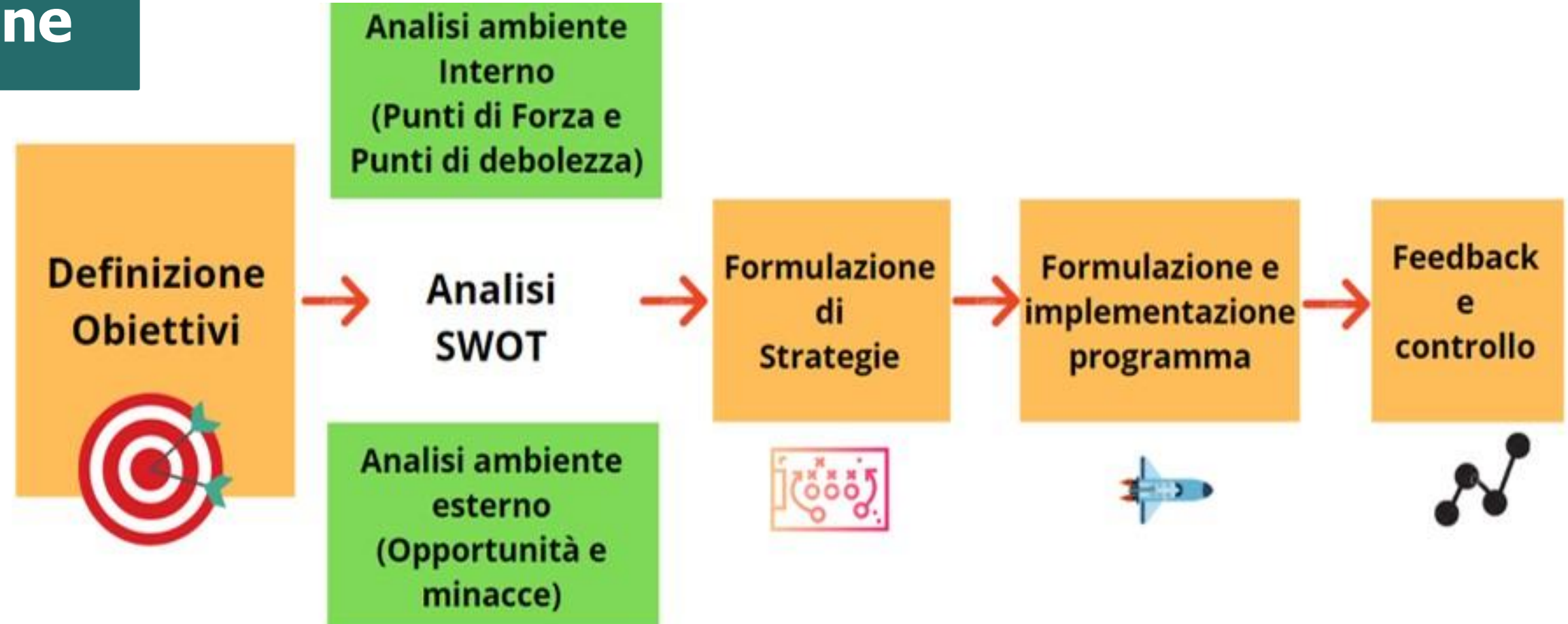
**MARKETING OPERATIVO**

2

**Acquisizione delle conoscenze e elaborazione dei dati**

**10h+12h+12h**

**PARTI DEL PIANO DI MARKETING**







**PENSARE  
A SE' STESSI...**

# ANALISI SWOT

2

**Acquisizione delle  
conoscenze e elaborazione  
dei dati**

Fattori  
interni

Vantaggi e opportunità  
**S**trenghts  
Punti di forza

Rischi e pericoli  
**W**eaknesses  
Punti di debolezza

Fattori  
esterni

**O**pportunities  
Opportunità

**T**hreats  
Minacce

**10h+12h+12h)**  
**... E AL PROPRIO  
LOCALE**





Ogni alunno del gruppo deve svolgere uno degli argomenti e confrontarsi con il gruppo, con scambio di ruoli.

2

## Acquisizione delle conoscenze e elaborazione dei dati

DIARIO DELLE ATTIVITA' SVOLTE DAI GRUPPI

CLASSE \_\_\_\_\_ Gruppo \_\_\_\_\_

Coordinatore \_\_\_\_\_

Componenti del gruppo \_\_\_\_\_

APPUNTI	Data	Data	Data
ATTIVITA' SVOLTE	...../20....	...../20....	...../20....
DIFFICOLTA' EMERSE			
DECISIONI PRESE			
SEGNALAZIONI			

**10h+12h+12h**

Viene tenuto un diario delle attività

**IN ENGLISH**

**Old Wild West restaurants**

Old Wild West is a chain of franchise restaurants often located in the **food courts** of shopping centers and in the catering areas of the cinemas. The restaurant offers mainly burgers with fries. Customers can order appetizers, classic burgers, special burgers, salads and other Far West specialties inside the restaurant or directly at home booking food on the net. Through the website, the company can communicate with customers and receive reports, advice and feedback on the degree of customer satisfaction about the service offered. Customer data registered on the website can be used for market research and statistical surveys. Furthermore, the contact details can be used by the company to send advertising messages appropriate to the customer's profile. In fact, with customer authorization, Old Wild West staff can inform the clientele about sales promotional initiatives through e-mails and other more traditional methods such as **sms** or telephone calls with the operator.

**Old Wild West Card**

Some Old Wild West restaurants use the Old Wild West Card to promote sales and, at the same time, to reward regular customers. In fact, those customers with the fidelity card are granted the opportunity to take advantage of services and exclusive benefits at the restaurants participating in the initiative. In particular, the fidelity card allows the accumulated points to be converted in the form of discounts or gifts on future purchases of catering services or other goods. Customers can request the fidelity card from the restaurant staff or by downloading the Old Wild West App.

After the activation of the card, the customer receives a free 5 euro voucher to spend in Old Wild West restaurants participating in the fidelity program. Subsequently, 10 points for every euro spent will be charged to the fidelity card. The gifts and discounts provided are the following: 1.000 points gets you a free classic burger, 2.000 points a discount coupon of 10 euros, 3.000 points a discount coupon of 20 euros and 5.000 points a discount coupon of 50 euros. Each coupon can be used on the next purchase with a total price equal to or greater than the amount of the coupon. Customers using the Old Wild West App can upload points online, check their balance and receive coupons directly on their smartphone, as well as get information on Old Wild West restaurants.

Source: adapted from [www.oldwildwest.it](http://www.oldwildwest.it)

**Answer the questions.**

a. What tools does Old Wild West use to communicate with the customer?  
 b. What are the benefits of the Old Wild West Card?

**Indicate with a, b, c, d or e if the sentences are True (T) or False (F).**

a. Old Wild West staff offer a free meal online.  T  F

b. Old Wild West staff offer catering services.  T  F

c. Old Wild West staff offer a free 5 euro voucher for every purchase.  T  F

d. Old Wild West staff offer a free classic burger for every purchase.  T  F

e. Old Wild West staff offer a free 5 euro voucher for every purchase.  T  F

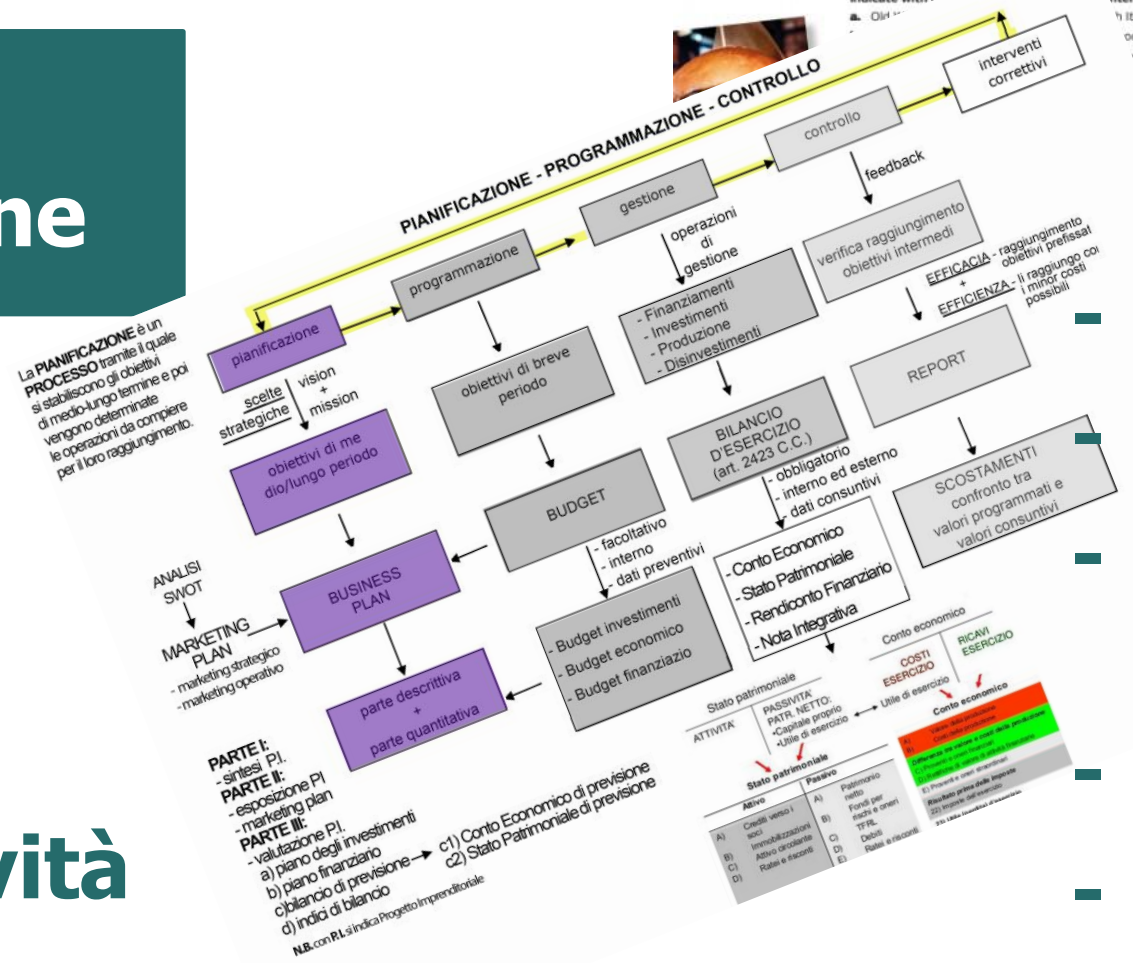
S. RASCIONI F. FERRIELLO

**Gestire le imprese ricettive up**

ENOGASTRONOMIA - SALA E VENDITA

**RIFORMA IP**

TRAMONTANA



- Libro di testo
- Presentazioni power point
- Riassunti in inglese dati dal docente
- Internet
- Video



**UNWTO**  
World Tourism Organization





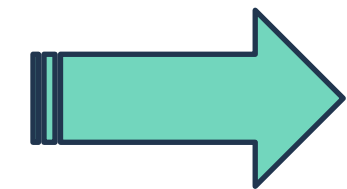
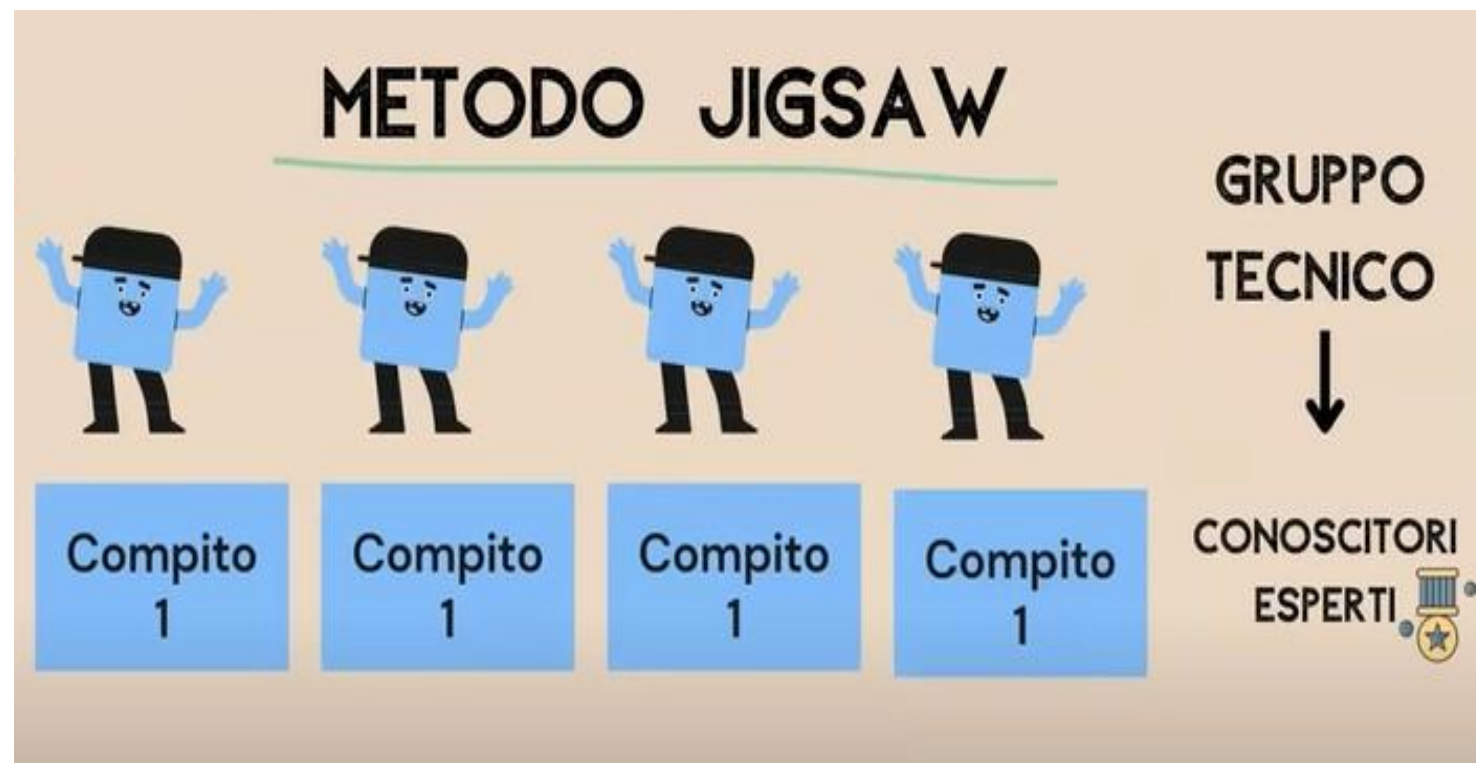
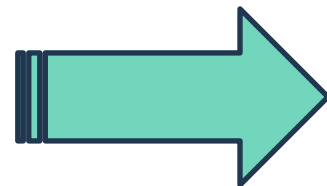
- collaborazione con il gruppo
- **utilizzo della lingua straniera per comunicare**
- impegno
- rispetto delle regole
- la chiarezza espositiva
- ....

2

Acquisizione delle conoscenze e elaborazione

10h+12h+12h

SI RIUNISCONO i membri dei diversi gruppi con lo stesso ruolo (diventano conoscitori esperti)

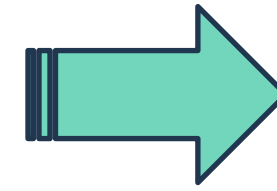






Ogni studente torna nel proprio gruppo, ormai da esperto.

Esponde le conoscenze e dà avvio al lavoro assegnato dal docente.



Il gruppo cerca di formalizzare le idee e dare forma.  
Il lavoro è svolto anche a casa.

3

Ideazione dei progetti in gruppo

5h

**IL FORNO** 

Viene tutto condiviso su classroom, in modo che sia gli appartenenti al gruppo che i docenti interessati possano vedere lo stato avanzamento lavori...





IL FORNO (progetto)  
5AC  
**IL FORNO**

Ci Ritroviamo  
Gruppo B

Bar Étoile 🤩  
5bs

**Esecuzione dei progetti in gruppo**

**Si incominciano a vedere i primi risultati**

**8h+4h+4h** ↗️ 📁

↗️ 📁

↗️ 📁

Sisa Pub  
5bs  
**SISA PUB**

Last Drink  
5B

iceberg  
5bs





Ogni gruppo ha la possibilità di esporre in 20 minuti:

Tutti i componenti devono esporre sia in italiano che in **lingua inglese**

5

**Presentazione del piano di marketing in gruppo**

**2h+2h+2h**







L'utilizzo della lingua straniera ti ha facilitato nella comprensione del marketing?

6

**6** Pubblicazione risultati ed autovalutazione

1h

**SCHEDA FINALE DI AUTOVALUTAZIONE**  
Nome e cognome \_\_\_\_\_  
Data \_\_\_\_\_  
Classe \_\_\_\_\_

Attribuisci un punteggio da 1 a 5 ai vari aspetti del lavoro svolto e rispondi alle domande.

1 = scarso  
2 = sufficiente  
3 = discreto  
4 = buono  
5 = ottimo

Aspetti del lavoro svolto	1	2	3	4	5
1. Serietà del lavoro					
2. Partecipazione					
3. Puntualità nelle consegne					
4. Aiuto offerto ai compagni					
5. Aiuto ricevuto dai compagni					
6. Stimolo ricevuto dal gruppo					

Quali aspetti del lavoro prevedi di migliorare in futuro?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
Che cosa ho apprezzato di questa esperienza?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

«finalmente so a cosa serve il marketing»

«spero di utilizzare l'esperienza fatta nel mio lavoro futuro»

«Mi è piaciuto lavorare in gruppo»

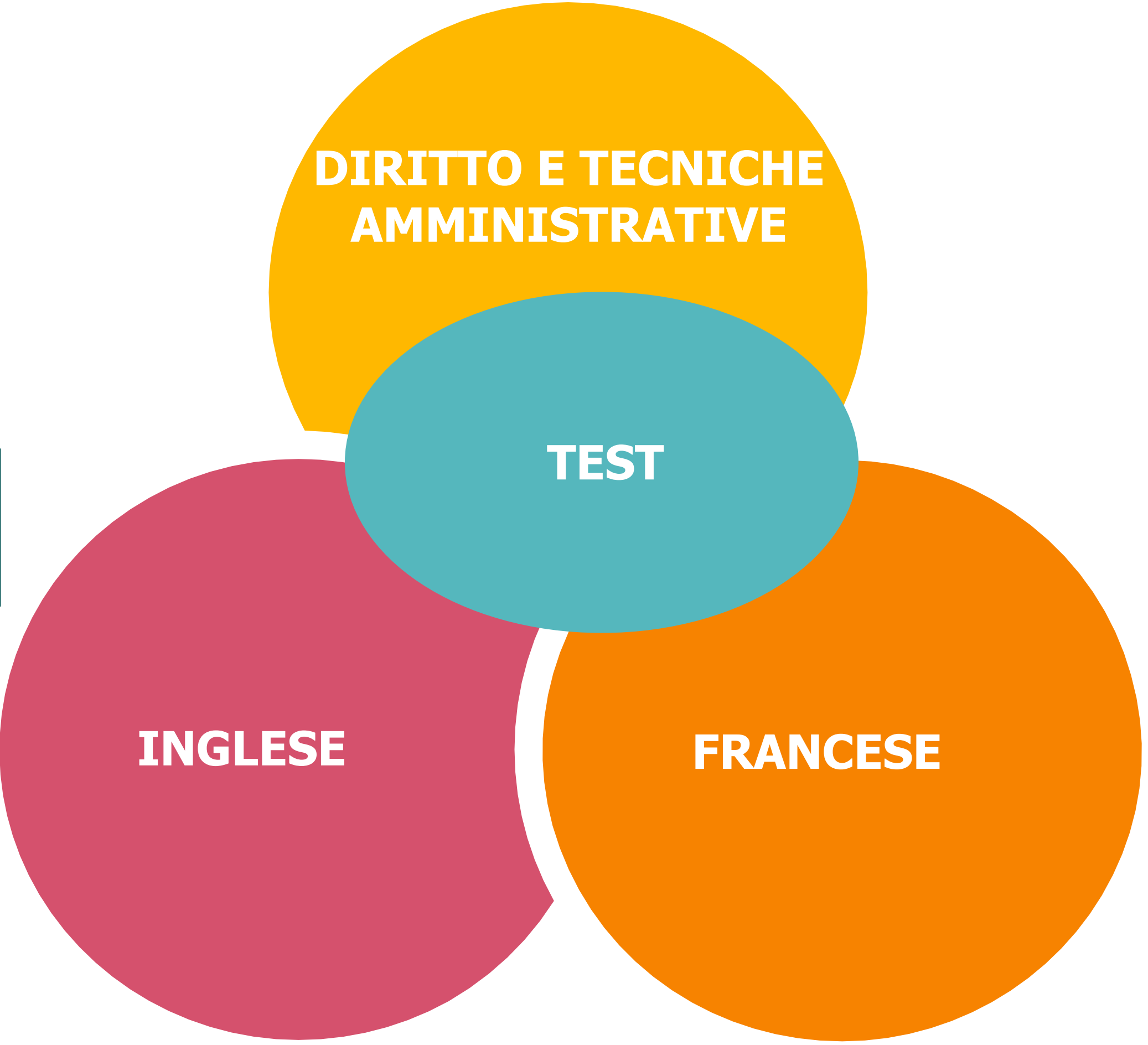
«ho capito che devo migliorare il mio inglese»



7

**Verifica  
sommativa**

2h







**VALUTAZIONE  
DIAGNOSTICA**



**VERIFICA DEI  
PREREQUISITI**

**VALUTAZIONE  
FORMATIVA**



**OSSERVAZIONE GENERALE  
DISCUSSIONI  
ATTIVITA' LABORATORIALI  
COMPITI A CASA**

**VALUTAZIONE**

**VALUTAZIONE  
SOMMATIVA**



**VERIFICA FINALE  
INTERROGAZIONE  
(alla fine dell'U.D.)**



Eventuale  
PECUPERO  
e

**AUTOVALUTAZIONE**



**ALUNNI  
DOCENTI**

POTENZIAMENTO



Un ringraziamento speciale ai miei alunni, che mi hanno dato l'opportunità di lavorare con loro, alla Prof.ssa Carletti, docente di inglese, che ha sempre creduto nel progetto CLIL e alla vice preside Caminati, che mi ha sempre sostenuto, anche nei momenti più difficili e a tutti i colleghi ed al personale ATA che rendono il nostro lavoro possibile.



# Grazie per l'attenzione!

**FESTIVAL CLIL**  
**10 - 11 OTTOBRE 2023**  
**MISTERBIANCO, CATANIA**



CITTÀ DI  
MISTERBIANCO



ISTITUTO COMPRESIVO  
"ARISTIDE GABELLI"  
MISTERBIANCO

