

Capitolo 1

D1 *Il Marketing e il valore* (pagina 6)

Prendendo come spunto di analisi il sito [Donnafugata](#), si definisca il contributo del marketing alla formula di valore del produttore siciliano.

D2 *I sistemi di scambio* (pagina 9)

La pasta Barilla viene creata e venduta nell'ambito di un sistema di scambio complesso. Esaminando i siti [istituzionali](#) dell'azienda parmense, definire i sistemi di scambio presidiati.

D3 *Le relazioni nello scambio* (pagina 14)

Molte imprese focalizzate su business ad alta componente emozionale, instaurano delle relazioni ampie con i propri clienti. Prendendo ad esempio gli sport di montagna, si analizzi il caso de [La Sportiva](#) e si evidenzino le intenzioni dell'azienda in merito.

D4 *Le strutture di mercato* (pagina 20)

Fra le strutture di mercato un posto particolare è occupato dalle associazioni dei consumatori. Analizzandone il ruolo ufficiale, nel sito del Ministero dello [Sviluppo Economico](#), si comprenda come queste possano condizionare le strategie di mercato delle imprese.

D5 *Le fasce di valore* (pagina 22)

Prendendo come spunto il sito del Gruppo Piaggio, e in particolare la sezione dedicata ai [brand](#), si definisca la politica di presidio delle fasce di mercato del gruppo di Pontedera.