

## Capitolo 23

### D1 *La funzione marketing* (pagina 560)

La funzione marketing svolge preliminarmente una attività di collegamento e interscambio tra azienda e mercato. Si analizzi il sito <http://energydrink.redbull.com/> e si illustri come la funzione marketing assolve al suo ruolo di collegamento tra il produttore e il consumatore.

### D2 *Il ruolo della funzione marketing* (pagina 562)

La funzione marketing assolve a diversi ruoli e può occupare posizioni diverse all'interno dell'organigramma aziendale. Si analizzino i rapporti annuali per gli investitori degli ultimi 5 anni di <http://www.ryanair.com/> individuando il ruolo e la collocazione della funzione marketing nell'organigramma aziendale e la sua evoluzione.

### D2 *Modelli organizzativi della funzione marketing* (pagina 569)

Si analizzi il modello organizzativo di Puglia Promozione, l'agenzia regionale della Puglia per la promozione turistica, contenuto nel sito <http://www.agenziapugliapromozione.it/portal/> e si definisca il corrispondente modello organizzativo interno della funzione marketing.

### D4 *Evoluzione della funzione marketing* (pagina 570)

I grandi cambiamenti nell'assetto strutturale e competitivo dei mercati avvenuti, hanno evidenziato significative criticità per la funzione marketing e la necessità impellente di una sua ridefinizione. Si analizzi il sito della Nestlé <http://www.nestle.com/> e si descrivano le principali caratteristiche innovative della funzione marketing all'interno del gruppo.

### D5 *Nuove professionalità nel marketing* (pagina 573)

Analizzando il sito <http://www.macysjobs.com/> nella sessione delle opportunità di lavoro nel marketing si classifichino le posizioni aperte secondo il corrispondente ruolo nel marketing.