

Indice

Prefazione.....»	11
Introduzione.....»	13
CAPITOLO I	
IL MARKETING NELLE PMI.....»	19
1. Il ruolo strategico delle PMI.....»	19
2. Il Marketing: lo stato dell'arte in letteratura.....»	23
3. Interpretazioni ed applicazioni del Marketing nella piccola e media dimensione.....»	30
4. Il Marketing Imprenditoriale.....»	34
5. Il Marketing Innovativo.....»	39
6. L'e-Marketing.....»	46
6.1. Il Social Media Marketing.....»	50
CAPITOLO II	
LA GIACINTO CALLIPO CONSERVE ALIMENTARI S.p.A.....»	55
1. Il contesto di business.....»	55
2. La Giacinto Callipo Conserve Alimentari S.p.A.....»	57
2.1. La Callipo Group.....»	61
3. Il Marketing.....»	63
3.1. Il Prodotto.....»	63
3.1.1. La responsabilità sociale d'impresa.....»	68
3.2. La distribuzione.....»	70
3.3. La comunicazione.....»	73
4. La Famiglia Callipo.....»	76
5. La funzione Marketing in azienda.....»	78

CAPITOLO III

LA AMARELLI FABBRICA DI LIQUIRIZIA.....»	81
1. Il contesto di business.....»	81
2. La Amarelli Fabbrica di Liquirizia.....»	84
3. Il Marketing.....»	87
3.1 Il Prodotto.....»	88
3.2. La distribuzione e il ruolo del Factory store Amarelli.....»	90
3.3 La comunicazione e il Social Media Marketing.....»	94
3.4. Il ruolo strategico del Packaging.....»	95
4. Il progetto di storytelling aziendale: il Museo Giorgio Amarelli.....»	99
5. La Famiglia Amarelli.....»	103
6. La funzione Marketing in azienda.....»	105

CAPITOLO IV

LA MOTONAUTICA F.LLI RANIERI.....»	107
1. Il contesto di business.....»	107
2. La Motonautica Flli Ranieri.....»	110
3. Il Marketing.....»	115
3.1 Il Prodotto.....»	116
3.2. La distribuzione.....»	121
3.3 La comunicazione.....»	125
4. La Famiglia Ranieri.....»	126
5. La funzione Marketing in azienda.....»	128

CAPITOLO V

LA LIBRANDI ANTONIO&NICODEMO S.P.A.....»	129
1. Il contesto di business.....»	129
2. La Librandi Antonio&Nicodeмо S.p.A.....»	131

3. Il Marketing	»	134
3.1 Il Prodotto	»	134
3.1.1. Il territorio e la R&S	»	136
3.2. La distribuzione	»	138
3.3 La comunicazione	»	140
3.4. L'esperienza	»	142
4. La Famiglia Librandi	»	143
5. La funzione Marketing in azienda	»	144
CONCLUSIONI	»	145
I PERCORSI DI MARKETING NELLE PMI	»	151
BIBLIOGRAFIA	»	153