



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

SYLLABUS DEL CORSO

Global Retailing

2021-2-F7702M068

Area di apprendimento

Obiettivi formativi

Riconoscere e sviluppare le politiche di marketing nelle imprese della distribuzione.

Contenuti sintetici

Il corso si propone di approfondire le problematiche relative all' economia e gestione delle imprese commerciali, esplicitando il ruolo delle imprese stesse con riferimento alle differenti condizioni competitive che connotano i mercati globali.

Programma esteso

Il ruolo delle imprese commerciali nei mercati globali

Il servizio e le funzioni commerciali

I costi della distribuzione

L'articolazione del sistema distributivo per tipologie e forme commerciali

La gestione del Marketing

La gestione degli acquisti

La gestione delle attività logistiche

Retail e innovazione

Prerequisiti

Metodi didattici

Lezioni frontali

Nel periodo di emergenza Covid-19 le lezioni si svolgeranno da remoto asincrono con eventi in videoconferenza sincrona

Modalità di verifica dell'apprendimento

Esame orale.

Alla fine del corso gli studenti possono sostenere un esame scritto.

Nel periodo di emergenza Covid-19 gli esami orali saranno effettuati utilizzando la piattaforma WebEx e nella pagina e-learning dell'insegnamento verrà riportato un link per l'accesso all'esame.

Testi di riferimento

- Michael Levy, Barton Weitz, Dhruv Grewal, *Retailing Management*, 10th Edition, McGrawHill.
 - Roberto Sbrana, Alessandro Gandolfo, *Contemporary retailing. Il governo dell'impresa commerciale moderna*, Giappichelli, Torino, 2007.
-