



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

SYLLABUS DEL CORSO

Global Retailing

2122-2-F7702M068

Area di apprendimento

Obiettivi formativi

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

Contenuti sintetici

L'obiettivo di questo corso è quello di fornire un'introduzione completa agli aspetti del global retailing e agli elementi fondamentali della gestione del retail.

Programma esteso

Il mercato delle imprese della distribuzione

Le imprese della distribuzione al dettaglio

Retail planning and strategy

Il marketing mix delle imprese della distribuzione al dettaglio

Imprese della distribuzione e innovazione

Prerequisiti

Metodi didattici

Lezioni frontali

(Le lezioni si svolgeranno in presenza se l'andamento dell'emergenza sanitaria COVID19 lo renderà possibile).

Modalità di verifica dell'apprendimento

A fine corso è possibile sostenere un esame scritto sul materiale spiegato a lezione.

Negli appelli ufficiali, l'esame sarà svolto in forma orale sui testi di riferimento indicati alla pagina del corso.

Gli esami saranno svolti in presenza compatibilmente con l'andamento dell'emergenza Covid-19.

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.
-