



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

## COURSE SYLLABUS

### 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*, 10<sup>th</sup> Edition, McGrawHill.
  - Roberto Sbrana, Alessandro Gandolfo, *Contemporary retailing. Il governo dell'impresa commerciale moderna*, Giappichelli, Torino, 2007.
-