



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

SYLLABUS DEL CORSO

Global Retailing

2324-2-F7702M068

Area di apprendimento

Obiettivi formativi

Riconoscere e sviluppare le strategie e 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 grande distribuzione al dettaglio

Retail planning and strategy

Il marketing mix delle imprese della grande distribuzione al dettaglio

La gestione dell'assortimento

La gestione delle private label

La gestione del prezzo

La gestione della comunicazione e del merchandising

Imprese della grande distribuzione e l'innovazione

Le nuove tecnologie nelle imprese della grande distribuzione

Omnichannel retailing

Prerequisiti

Nessuno

Metodi didattici

Lezioni frontali e case study con testimonianze aziendali

Lingua di insegnamento: Italiano

Modalità di verifica dell'apprendimento

A fine corso è possibile sostenere un esame scritto sul materiale spiegato a lezione (domande aperte). Le domande aperte includono sia quesiti che coprono tematiche più ampie e richiedono quindi una risposta più articolata, che quesiti relativamente specifici che richiedono una risposta breve.

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

Testi di riferimento

- Michael Levy, Barton Weitz, Dhruv Grewal, Retailing Management, 10th Edition, McGrawHill.
- Sean Ennis, Mario Risso, Marcello Sansone, Francesco Scafarto, Retail Marketing, 1/ED, McGrawHill, 2021.

Sustainable Development Goals

IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE

