



<i>Insegnamento</i>	IL CANALE MODERNO NEL RETAIL E LE SUE STRATEGIE COMMERCIALI E MARKETING – 1^ EDIZIONE
<i>Settori Scientifico disciplinari coinvolti</i>	SECS/P08 – Economia e Gestione delle Imprese SECS/P10 – Organizzazione aziendale
<i>Corsi e Classi di studio principalmente interessati</i>	Economia e Gestione Aziendale - L 18
<i>Docenti</i>	GIUSEPPE MELIS – ROBERTA PINNA MARCO COSSU, ESPERTO DEL SETTORE
<i>Anno di corso nel quale viene impartito l'insegnamento</i>	3° ANNO DEI CORSI DI LAUREA DI PRIMO LIVELLO
<i>Semestre, giorni di svolgimento, orario e sede</i>	II SEMESTRE Sede: Cagliari, nelle giornate di giovedì e venerdì mattina Aula: (da definire) I seminari saranno articolati secondo il seguente calendario: 1^ giornata: giovedì 28 maggio dalle 09.30 alle 11.00 2^ giornata: venerdì 29 maggio dalle 09.30 alle 11.00 3^ giornata: giovedì 4 giugno dalle 09.00 alle 12.00 4^ giornata: venerdì 5 giugno dalle 09.00 alle 12.00 5^ giornata: giovedì 11 giugno dalle 09.00 alle 12.00 6^ giornata: venerdì 12 giugno dalle 09.00 alle 12.00
<i>Crediti assegnati</i>	3 CFU – 18 ore equivalenti
<i>Prerequisiti:</i>	Per gli studenti dei corsi a indirizzo economico l'accesso al seminario è subordinato al conseguimento di almeno <u>80 CFU</u> e al sostenimento nel triennio o come esami liberi per gli altri corsi di laurea, degli esami di Economia e gestione delle imprese , <u>almeno uno tra</u> Organizzazione Aziendale e Marketing (o Marketing Strategico), e <u>che stiano seguendo</u> il corso di Marketing Operativo .
<i>Obiettivi formativi dell'insegnamento</i>	Il seminario mira all'approfondimento delle tematiche di marketing relative al canale della distribuzione moderna con riferimento alla seguente agenda: Giorno 1: <ul style="list-style-type: none">• Cos'è la GDO Italiana, quanto vale e come è governata• La funzione di prossimità, vicinato e attrazione• Il punto vendita, i canali e i loro trend• La funzione commerciale e marketing nella GDO: stili di relazione commerciale, strategie e poteri negoziali con l'industria di Marca.• Dal Buyer al Category: cosa sta cambiando. Giorno 2: <ul style="list-style-type: none">• Il mercato e la costruzione dell'assortimento: criteri di listing e delisting• Marketing Information: le banche dati utilizzate dalla moderna

	<p>distribuzione</p> <ul style="list-style-type: none"> • Intervento Manager GDO <p>Giorno 3:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sconti, premi e contributi in uso nella distribuzione moderna. • Su quali leve di marketing la GDO sta concentrando i rapporti con l'Industria di Marca. <p>Giorno 4:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cosa è una promozione e come deve essere pianificata perché sia efficace. • Le promozioni e la comunicazione in-store nel canale moderno • Intervento rappresentante Retail HUB. <p>Giorno 5:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Retail tour presso alcuni punti vendita della GDO <p>Giorno 6:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Test di prova finale <p>Gli incontri permetteranno l'approfondimento delle tematiche del canale moderno e le sue strategie commerciali e di marketing, entrando nello specifico in alcune leve del retail-mix.</p> <p>Agli studenti verranno illustrate in chiave operativa: come conoscere e comprendere al meglio le strategie di acquisto della GDO, come individuare i metodi e forme contrattuali del canale moderno, come la moderna distribuzione sviluppa gli assortimenti per meglio definire il proprio posizionamento, conoscere e realizzare attività promozionali efficaci.</p>
<p><i>Contenuti dell'insegnamento e calendario degli incontri</i></p>	<p>Il seminario della durata di <u>18 ore equivalenti</u> si articola, rispettivamente, in:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Quattro giornate di incontri formativi tenute da un esperto del settore per un totale di 10 ore equivalenti; - Due speech all'interno delle quattro giornate da parte di manager della GDO e rappresentanti associazione di categoria per un totale di 2 ore equivalenti; - Una giornata per un retail tour presso alcuni punti vendita della GDO per un totale di 4 ore equivalenti; - Una giornata per lo svolgimento della prova finale per un totali di 2 ore equivalenti.
<p><i>Metodo d'insegnamento</i></p>	<p><u>A seguito dell'emergenza Covid 19 l'attività didattica si svolgerà mediante piattaforma online (Adobe connect e/o Teams) con l'intento di:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Fornire allo studente gli elementi utili per apprendere lo scenario distributivo della GDO, le sue logiche e le applicazioni operative declinate nelle attività sui punti vendita. • Il retail tour virtuale presso alcuni punti vendita, sarà contestuale alle tematiche trattate e finalizzato nel fornire agli studenti un adeguata visione sui vari modelli organizzativi e gestionali delle varie insegne.
<p><i>Verifiche dell'apprendimento / procedure di valutazione</i></p>	<p>Al termine del ciclo di incontro formativi e del retail tour, verrà somministrato agli studenti un test di prova finale a risposta libera in cui verificare il grado di apprendimento sulle tematiche trattate.</p>



<i>Lecture consigliate</i>	Ripasso dei concetti studiati nell'esame di marketing o marketing strategico (per studenti di triennale) e, se sostenuto, di analisi di mercato e digital marketing (per studenti di laurea magistrale).
<i>Altre informazioni</i>	Le iscrizioni al seminario si potranno fare via internet con apposito modulo di cui verrà fornito <u>l'apposito link entro la prima decade di maggio 2020</u> . Link: https://it.surveymonkey.com/r/GL88KJ6