



<i>Insegnamento</i>	IL CANALE MODERNO NEL RETAIL E LE SUE STRATEGIE COMMERCIALI E MARKETING – III^ 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 Economia Manageriale – LM 77
<i>Docenti di riferimento</i> <i>Interventi seminariali</i>	GIUSEPPE MELIS – ROBERTA PINNA – DANIELA PETTINAO ESPERTO DEL SETTORE: MARCO COSSU
<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: <u>Sede:</u> Cagliari, nelle giornate di giovedì e venerdì mattina <u>Erogazione:</u> in presenza e online <u>Aula:</u> da definire I seminari saranno articolati secondo il seguente calendario: 1^ giornata: 12 maggio dalle 09.00 alle 12.00 2^ giornata: 19 maggio dalle 09.00 alle 12.00 3^ giornata: 26 maggio dalle 09.00 alle 12.00 4^ giornata: 26 maggio dalle 15.00 alle 18.00 (visita aziendale presso gli spazi Conad di Santa Gilla e Via Jenner) 5^ giornata: 3 giugno dalle 09.00 alle 12.00 6^ giornata: 10 giugno dalle 09.00 alle 12.00
<i>Crediti assegnati</i>	3 CFU – 18 ore
<i>Prerequisiti:</i>	Per gli studenti dei corsi a indirizzo economico l'accesso al seminario è subordinato al conseguimento di almeno 75 CFU e al sostenimento nel triennio o come esami liberi per gli altri corsi di laurea, degli esami di <u>Economia e gestione delle imprese</u> , <u>Marketing</u> (o <u>Marketing strategico</u>) e <u>Organizzazione aziendale</u> , e che stiano frequentando il corso di <u>Marketing operativo</u> . Per gli studenti del corso di laurea in Data Science, Business Analytics e Innovazione è propedeutico il sostenimento dell'esame di Digital Marketing.
<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

	<ul style="list-style-type: none"> • 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. • Intervento Manager/Esperti di Mercato GDO <p>Giorno 2:</p> <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 distribuzione • Intervento Manager/Esperti di Mercato 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. • Intervento Manager/Esperti di Mercato GDO <p>Giorno 4:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Retail tour presso alcuni punti vendita della GDO (visita aziendale automuniti) <p>Giorno 5:</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 Manager/Esperti di Mercato 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. 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 complessiva di 18 ore si articola, rispettivamente, in:</p> <ul style="list-style-type: none"> - N. 4 giornate di incontri formativi tenute da un esperto del settore e da interventi mirati con case aziendali da parte di manager della GDO locale e nazionale per un totale di 12 ore; - N.1 visita aziendale presso due spazi della moderna distribuzione di Cagliari per un totale di 3 ore - N. 1 giornata per lo svolgimento della prova finale per un totale di 3 ore.
<p><i>Metodo d'insegnamento</i></p>	<p>L'attività didattica si svolgerà con interventi frontali e discussioni in aula supportati da casi pratici finalizzati a:</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.



	<ul style="list-style-type: none">• Gli interventi itineranti dei manager della GDO saranno contestuali alle tematiche trattate e finalizzate nel fornire agli studenti un adeguata visione sui vari modelli organizzativi e gestionali delle varie insegne.
<i>Verifiche dell'apprendimento / procedure di valutazione</i>	<p>Al termine del ciclo di incontro formativi, verrà somministrato agli studenti un test di prova finale a risposta libera in cui verificare il grado di apprendimento sulle tematiche trattate.</p> <p>Il riconoscimento dei CFU è subordinato alla partecipazione di almeno l'80% delle attività seminariali e al superamento del test finale. In sostanza è tollerata l'assenza ad un incontro.</p>
<i>Lecture consigliate</i>	Ripasso dei concetti studiati nell'esame di marketing (per studenti di triennale) e, se sostenuto, di analisi di mercato e digital marketing (per studenti di laurea magistrale).
<i>Iscrizioni</i>	Le iscrizioni si possono fare al seguente link: https://it.surveymonkey.com/r/HWTS38T