# MANAGEMENT DELLA DISTRIBUZIONE ALIMENTARE

**Titolare-coordinatore**: Edoardo FORNARI, Professore associato, Facoltà di Scienza Agrarie, Alimentari e Ambientali, Università Cattolica S. Cuore, Piacenza

**Periodo di lezione:** aprile - giugno

**Riferimenti:** 3 CFU, SSD AGR/01

OBIETTIVI

Il corso si propone di fornire ai partecipanti le metodologie di analisi e le conoscenze sui temi dell'Economia e della Gestione delle imprese commerciali, mettendo a fuoco le dinamiche competitive del mercato distributivo e le strategie di marketing delle imprese Retail. In particolare, l'obiettivo è quello di contribuire a formare competenze manageriali adeguate per operare nel mondo della distribuzione agro-alimentare. In questa prospettiva il corso approfondirà le problematiche del retailing-mix.

PROGRAMMA

* La natura dei prodotti commerciali
* Le dimensioni della multi/omni-canalità offline-online
* Il profilo dei comportamenti di shopping (store loyalty, criteri di selezione dei punti di vendita, livelli di programmazione degli acquisti, etc.)
* Le politiche di acquisto della Distribuzione (modelli negoziali, scontistica, co-marketing, etc.)
* Le politiche assortimentali (ampiezza/profondità dell'offerta merceologica, posizionamento delle marche, Category Management, scale prezzi, marche private, prodotti tipici, etc.
* Le politiche di retail pricing (processi di formazione del prezzo, attività promozionali, volantini, Every Day Low Price versus HI-LO price, etc.)
* Le politiche di merchandising (gestione dei layout e dei display nei punti di vendita, visual merchandising, marketing esperienziale, etc.).

BIBLIOGRAFIA

La bibliografia sarà indicata alla fine di ogni unità di lezione.

MODALITA’ DI VALUTAZIONE

Esame finale in forma scritta.