

## MANAGEMENT DELLA DISTRIBUZIONE ALIMENTARE

- ▣ Docente Titolare: [Edoardo FORNARI](#), Professore associato, Facoltà di Scienza Agrarie, Alimentari e Ambientali, Università Cattolica S. Cuore, Piacenza
- ▣ Periodo di lezione: Marzo-Maggio
- ▣ Riferimenti: CFU 3; SSD SECS-P/08

### 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.