

<b>Nome docente</b>	DE COSMO LUCREZIA MARIA
<b>Corso di laurea</b>	MAGISTRALE IN MARKETING
<b>Anno accademico</b>	2014/2015
<b>Periodo di svolgimento</b>	II SEMESTRE
<b>Crediti formativi universitari (CFU)</b>	8
<b>Settore scientifico disciplinare</b>	SECS/P08

### **Programma di Retail Marketing (a.a. 2014/2015)**

**(Prof. De Cosmo Lucrezia Maria)**

#### **Pre-requisiti**

Si richiede una buona conoscenza di base del marketing.

#### **Obiettivi del corso**

L'obiettivo principale del corso è l'acquisizione delle necessarie conoscenze sia per la gestione delle relazioni con gli intermediari commerciali che per la gestione di uno store in una prospettiva *customer based*. Le nozioni teoriche saranno integrate da riscontri pratici attraverso l'analisi di casi aziendali.

#### **Programma**

Gli argomenti oggetto di studio sono i seguenti:

- L'evoluzione del settore commerciale in Italia
- I servizi commerciali, il coinvolgimento dell'acquirente e l'ambiente del punto vendita
- Le strategie competitive dell'impresa commerciale
- La segmentazione della domanda e il posizionamento del punto vendita
- Location e relazione con il cliente
- La costruzione dell'assortimento in una prospettiva relazionale
- Il visual merchandising e la comunicazione del punto vendita
- I programmi fedeltà e il micromarketing
- La gestione dei canali e il trade marketing
- L'innovazione delle imprese commerciali
- La marca commerciale.

#### **Bibliografia**

S. Castaldo, "Retail & Channel Management, Egea, 2008.

S. Castaldo, C. Mauri, "Store Management. Il punto vendita come piattaforma relazionale", Franco Angeli, 2008 (capp. 1-2-5-6-7).

C. Ziliani, "Loyalty marketing. Creare valore attraverso le relazioni", Egea, 2008, (capp. 1-2).

#### **Modalità di accertamento conoscenze**

- Colloquio Orale

#### **Forme di assistenza allo studio**

Ricevimento e tutoraggio per il projectwork

#### **Organizzazione della didattica**

- Cicli interni di lezioni

- Seminari
- Lavori individuali e/o Projectwork