Master in Retail and Brand Management

MRANDBM

XVII EDIZIONE

Master in Retail and Brand Management

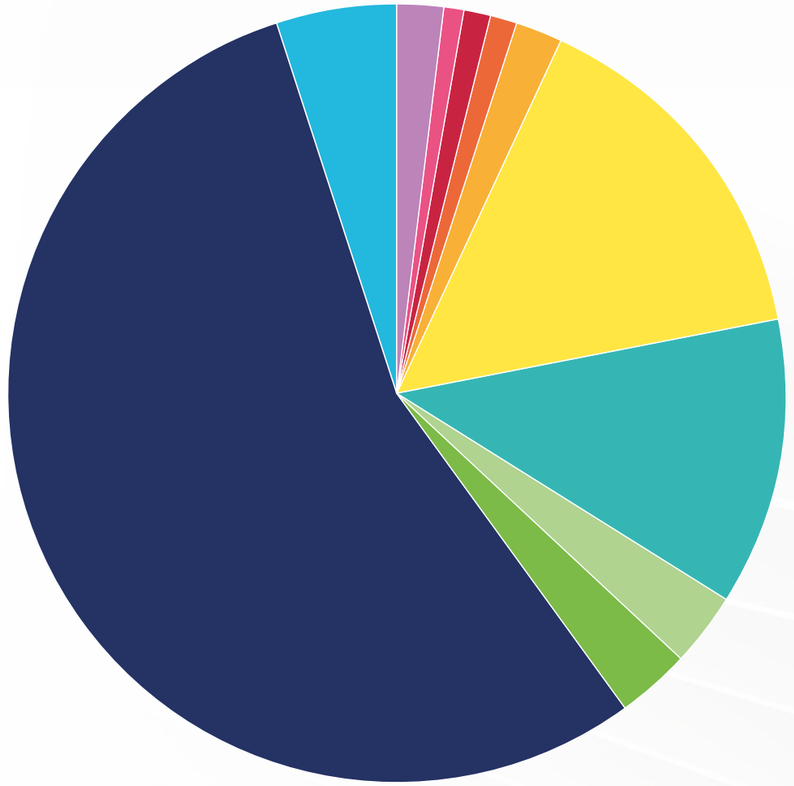
DIGITAL & OMNICHANNEL SPECIAL EDITION

MASTER UNIVERSITARIO DI I LIVELLO

GS1 Italy

UNIVERSITÀ DI PARMA

ACADEMIC BACKGROUND DEGLI STUDENTI DELLE PRECEDENTI EDIZIONI DEL MASTER



- SCIENZE ECONOMICHE
- GIURISPRUDENZA
- INGEGNERIA GESTIONALE
- DESIGN MANAGEMENT
- PSICOLOGIA
- SCIENZE AGRARIE
- SCIENZE E CULTURA DELLA GASTRONOMIA
- MARKETING E COMUNICAZIONE D'IMPRESA
- SCIENZE POLITICHE E RELAZIONI INTERNAZIONALI
- LINGUE E LETTERATURE STRANIERE
- LETTERE E FILOSOFIA

FORMARE IL TALENTO, INNOVARE LA DIDATTICA, CERTIFICARE LA SPECIALIZZAZIONE

Ogni anno il Master GS1 Italy si rinnova. Nella XVII edizione si confermano le due grandi novità. La prima è nei contenuti: una special edition dedicata ai temi del **digital** e della **omnicanalità**. La seconda è nel contenitore. Il Master diventa un percorso istituzionale certificato che oltre a un rapido inserimento nel mondo del lavoro garantisce crediti universitari per chi vuole arricchire la carriera di un ulteriore percorso di laurea magistrale. Le novità si affiancano a una certezza: GS1 Italy, che con il suo patrocinio culturale ed economico garantisce la specializzazione, il contatto diretto con le imprese, uno study tour all'estero e non ultimo il contributo economico che permette ai partecipanti l'accesso a un percorso culturale di assoluta eccellenza al costo **agevolato** di 6.500 euro.

GS1 Italy

GS1 Italy e le sue **35 mila** imprese associate sono costantemente impegnate nella ricerca di soluzioni e strumenti per aumentare l'efficienza e l'efficacia delle relazioni tra Industria e Distribuzione nelle filiere del largo consumo.

UNIVERSITÀ DI PARMA

L'Università degli Studi di Parma è da sempre un punto di riferimento internazionale nella ricerca sui temi del marketing e del trade marketing.
Parma, Capitale Italiana della Cultura 2020+21, rafforza ulteriormente la sua visibilità internazionale come punto di riferimento della cultura agroalimentare.

Il 100% degli studenti delle precendenti edizioni ha svolto il periodo di stage **retribuito** in prestigiose aziende distributive e industriali e **più dell' 80%** è stato confermato al termine dei 6 mesi di tirocinio.

PUNTI DI FORZA

1 I PARTNER DELL'INIZIATIVA

GS1 Italy, l'associazione senza scopo di lucro, che riunisce 35 mila imprese di beni di consumo fornisce a ogni partecipante un **supporto culturale e economico**.

2 METODOLOGIA DIDATTICA E INTERNAZIONALE

Sei mesi d'aula con docenti internazionali e manager aziendali **selezionati** tra i massimi **esperti** della distribuzione e dell'industria, del mondo accademico e della consulenza con una metodologia fortemente orientata alla gestione pratica della vita aziendale.
Inoltre è prevista una settimana Internazionale per cogliere i diversi aspetti dei mercati esteri di riferimento.
Nelle precedenti edizioni hanno partecipato: University of Edimburgh, Stern School of Business, New York, TUD Technological University Dublin, University of Bonn - Rhein - Sieg, University of Surrey - Guildford e University of Sevilla.

3 STAGE E PLACEMENT

Lo stage **garantito e retribuito** di sei mesi, previsto al termine della fase d'aula, rappresenta una fase importante per agevolare l'inserimento in azienda.
Nelle precedenti edizioni gli studenti hanno svolto il periodo di stage in prestigiose aziende distributive e industriali e più dell'80% è stato confermato al termine dei sei mesi di tirocinio.

4 STUDY TOUR

Il Master prevede uno study tour, **compreso nella quota d'iscrizione**, organizzato in collaborazione con **istituti internazionali** come la Nielsen di Chicago, New York e Shanghai, l'Università di Stirling, l'Università di Edimburgo, la Stern School of Business di New York, la Northwestern University e la Kellogg School of Management di Chicago. Nelle precedenti edizioni gli studenti hanno conosciuto da vicino alcune delle realtà distributive più innovative, come Alibaba, Hema Fresh, RT-Mart Hypermarket Shop Rite, Trader's Joe, Walmart, Walgreens, Wegmans, Whole Foods e YH Supermarket.

5 BUSINESS ENGLISH

Durante i sei mesi d'aula è previsto il corso intensivo, incluso nella quota d'iscrizione, gestito da docenti madrelingua.
Sono previsti due livelli, a seconda delle competenze linguistiche iniziali.

6 CREDITI FORMATIVI

Al termine del percorso vengono riconosciuti **60 crediti formativi** spendibili in percorsi specialistici.

7 COSTI & AGEVOLAZIONI

La quota di partecipazione è di 6.500 euro più 16 euro per il bollo virtuale.
Si segnala che le Regioni Toscana, Puglia e Calabria, mettono a disposizione borse di studio e voucher per sostenere i giovani che conseguita la laurea intendono accrescere le proprie competenze attraverso la partecipazione a Master Universitari.

LA STRUTTURA

DURATA

Il Master prevede **1500 ore** complessive di apprendimento su **12 mesi di studio suddivise** in 640 ore di docenza frontale, 360 ore di studio individuale, una settimana di study tour all'estero e **500 ore di stage** con project work finale.

CALENDARIO

SCADENZA ISCRIZIONE SELEZIONI
dal 7 Settembre al 19 Novembre 2020

SELEZIONI
2-4 e 9 Dicembre 2020

SCADENZA IMMATRICOLAZIONI
dal 22 dicembre 2020 ore 12:00
al 12 gennaio 2021 ore 12:00

INIZIO
Febbraio 2021

Full-time
FORMAT

Italiano
LINGUA

12 mesi
(02-2021 | 02- 2022)
DURATA

6 mesi + Study tour
DIDATTICA

6 mesi
STAGE (con project work finale)

60
CREDITI FORMATIVI

30
PARTECIPANTI

6.500€
COSTO
Grazie al contributo di GS1 Italy che finanzia il restante **50% del valore del Master**.

CONTATTI
Email **retail@unipr.it**

LA STRUTTURA SI SUDDIVIDE IN **17 MODULI**:

- Economia e gestione delle filiere dei beni di largo consumo
- Comportamento Organizzativo e Team bulding
- Statistics for Business
- Accounting
- Consumer Behaviour Analysis
- Digital Marketing & Media Planning
- E-Commerce e Omnicanalità
- Service Design and Retail Management
- Omnichannel Category Management
- Format e Space Management
- Marketing Metrics
- Trade Marketing and Sales Management
- CRM & Loyalty Marketing
- International Retailing
- Supply Chain Management
- Law
- Business English

GRAZIE A GS1 ITALY E ALL'ATTIVITÀ DI ORIENTAMENTO GARANTITA DALL'ORGANIZZAZIONE, I PARTECIPANTI HANNO L'OPPORTUNITÀ DI ENTRARE NEL MONDO DEL LAVORO

Marketing

- Brand Manager
- Product Manager
- Media Planner
- Merchandiser
- In Store Communication
- Customer Relationship Manager
- Loyalty Program Manager
- Private Label Manager

...

Sales Management

- Trade Marketing
- Sales Manager
- Key Account
- Area Manager
- Store Manager
- Omnichannel Manager

...

Acquisti & Supply chain

- Buyer
- Category Manager
- E-procurement
- Supply Chain Management
- Private Label Procurement

...

Digital

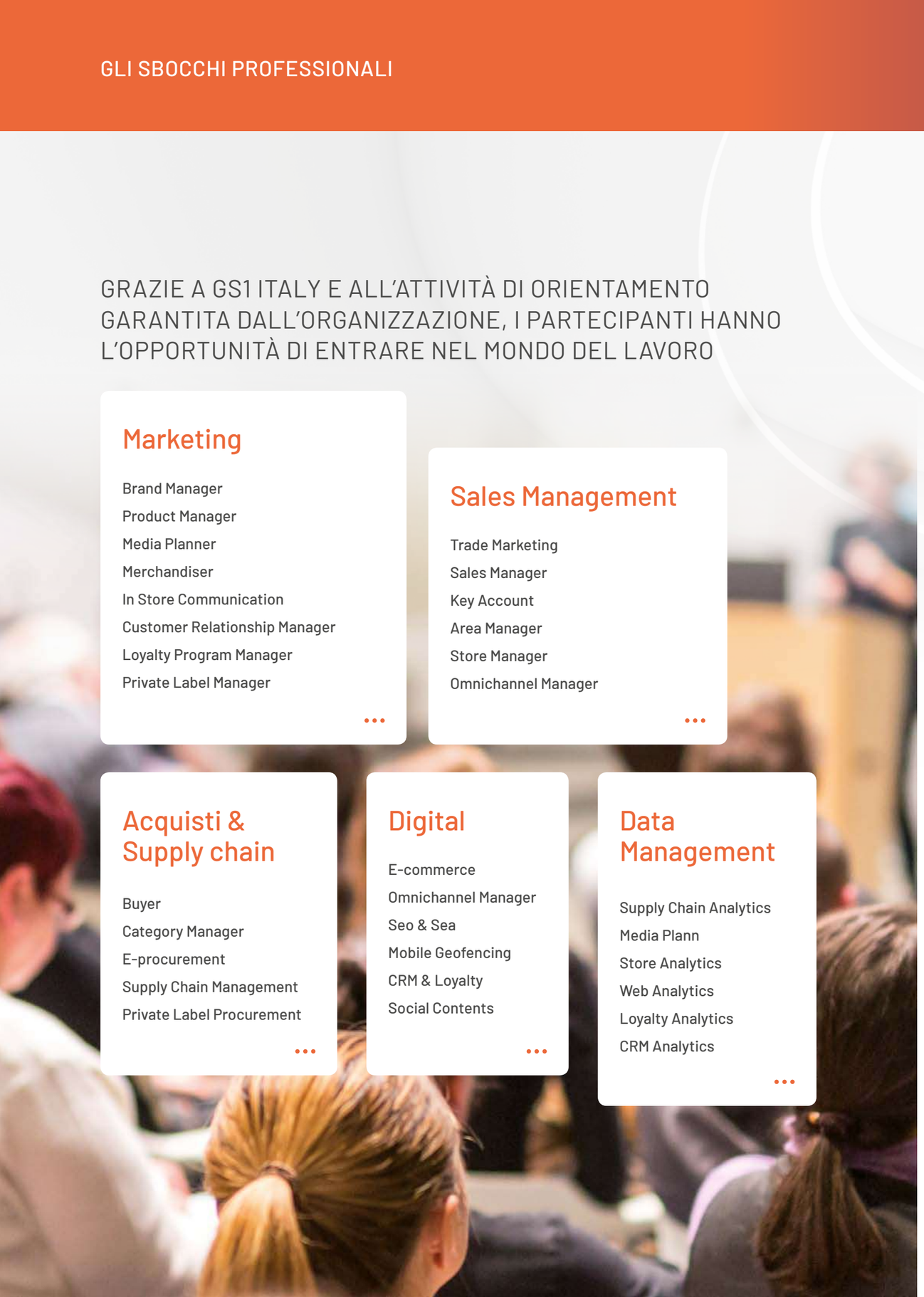
- E-commerce
- Omnichannel Manager
- Seo & Sea
- Mobile Geofencing
- CRM & Loyalty
- Social Contents

...

Data Management

- Supply Chain Analytics
- Media Plann
- Store Analytics
- Web Analytics
- Loyalty Analytics
- CRM Analytics

...



LA DIDATTICA È AFFIDATA A DOCENTI UNIVERSITARI, CONSULENTI E MANAGER D'AZIENDA.

Nelle precedenti edizioni hanno collaborato:

Antonella Altavilla – ADF Consulting
Alberto Ancarani - Coop Italia
Gianluca Annoni - Catalina Marketing
Antonella Atteno - Nielsen Italia
Andrea Ausili - GS1 Italy
Federico Balocco - Lidl Italia
Claudio Baroni - Nestlè Group Italy
Giulia Bartezzaghi – Politecnico di Milano
Stefano Belletto – Amazon
Emilio Bellini – Politecnico di Milano
Silvia Bellini – Università di Parma
Andrea Bernini – Value Lab
Massimo Bolchini - GS1 Italy
Renato Bonaglia - Amica Natura - Alcass
Andrea Bonezzi - Stern School of Business NY
Alessandra Cacioppo - Nestlè Group Italy
Chiara Canedoli - Barilla
Maria Grazia Cardinali – Università di Parma
Laura Casi – Nielsen Italia
Silvia Castellazzi – Politecnico di Milano
Daniele Civini - Bravo Solution SpA
Igino Colella - IES S.a.s.
Emanuela Casalini - GS1 Italy
Mauro Clara - Ferrero
Matteo Conti - Ferrero
Alberto Comunello - Value Lab
Danilo Concari - Logistic Consulting
Michela Costa - Esselunga
Davide Cozzarolo - Sigma Soc. coop.
Gianluigi Crippa - Value Lab
Marco Cuppini - GS1 Italy
Salvatore D'Alessandro – Parmalat
Chiara D'Onofrio - Ferrero
Romolo De Camillis - Nielsen Italia
Marco Dell'Acqua - Esselunga
Francesco Del Porto - Barilla
Alessandra Di Franco - Mondelez
Francesco Di Norcia – CDN srl
Lorenzo Diominici - Nielsen Italia
Ivano Dolciotti - Consulente aziendale
Chantal Echterhagen - Aldi
Elisabeth Elia - Ikea Italia Retail

→

Massimo Fabbro - DINN!

Nicola Ferrajolo - Nielsen Italia

Marco Ferrara - Amazon

Edoardo Fornari - Università Cattolica

Andrea Fossa – GreenRouter

Valeria Franchella – GS1 Italy

Paolo Fregosi – MK Group

Valeria Freschi - Catalina Marketing

Fabio Gabbiani - Gruppo Carrefour

Stefano Gambolò - Selex

Armando Garosci - Largo Consumo

Mario Gasbarrino - Unes

Mauro Genna - Mutti

Roberta Giorgetti Dall'Aglio - Consulente aziendale

Eleonora Graffione - Consorzio Coralis

Cristian Greco - Nielsen Italia

Christine Gringel - Nielsen Italia

Sebastiano Grandi - Università Cattolica

Marco Ieva - Università di Parma

Ilaria Ievoli - Fater

Paolo Lattuada - Consulente aziendale

Margerita Lazzaroni - Auchan

Elena Lia - GS1 Italy

Frederico Lopes de Mendonça - Esselunga

Beatrice Luceri - Università di Parma

Manuela Piera Maria Mallia - Metro Italia Cash and Carry

Antonio Malvestio - FLC-Freight Leaders Council

Riccardo Mangiaracina - Politecnico di Milano

Roberto Marcatelli - Fater

Pierluigi Marchini - Università di Parma

Matteo Marino - Bravo Solution

Mario Messuri - Bravo Solution

Franca Miani - Università di Parma

Laura Morando - Amazon

Gianluca Morelli - Università di Parma

Paolo Morini - Bricocenter Italia

Salvatore Nasto – Sutter

Giada Necci - GS1 Italy

Francesca Negri - Università Cattolica

Edmund O' Callaghan - Dublin Institute of Technology

Alessio Pace - Metro Italia Cash and Carry

Enrico Pandian – Supermercato 24h

Raul Parenti – Chiesi Farmaceutici

Marco Pedroni - Coop Italia

Davide Pellegrini - Università di Parma

Fabrizio Pellegrini – Barilla

Stefano Piazzolla – Esselunga

Francesco Pino - Parmalat

Cristina Pisani - Consulente aziendale

Fabio Pistilli - Fater

Andrea Pizzetti - Crai

Giulia Polci - Amazon

Francesco Potenza - Parmalat

Lorenzo Prataviera - Politecnico di Milano

Davide Rainieri - Parmalat

Loretta Raffaelli - Nordiconad

→

Isabella Ratti - Auchan

Andrea Reali - Crai

Mirko Repetto - GS1 Italy

Marco Riani - Università di Parma

Antonello Ricco - Auchan

Maria Elena Rivola - Conad

Thomas Roeb - Hochschule Bonn-Rhein-Sierg

Francisco Javier Rondán - Cataluña University of Sevilla

Massimiliano Rossi – Pac200A

Luigi Rubinelli - Retail Watch

Edoardo Sabbadin - Università di Parma

Anna Salaris - Bricocenter Italia

Rossana Salati - Logistic Consulting

Giorgio Santambrogio - Gruppo Végé

Iacopo Scarparo - Calzedonia Group

Roberto Selva - Esselunga

Alessandro Soave – Calzedonia Group

Tiziano Tassi - Caffeina

Christoph Teller - Campus University of Surrey

Sara Thomas - Partner at Language Consulting

Giulia Trotta - Fater

Giacomo Trovato - Amazon

Linda Vezzani - GS1 Italy

Paolo Zalera - Università di Parma

Cristina Ziliani - Università di Parma

Giuseppe Zuliani - Conad

SVILUPPARE LE SOFT SKILLS DEI PARTECIPANTI

Parallelamente alle attività d'aula, il Master prevede incontri di orientamento, training e simulazioni di colloquio:

- COUNSELING INDIVIDUALE
  con focus mirato su preparazione di CV e lettera di presentazione.

- PRESENTAZIONI AZIENDALI
  in occasioni di conferenze, testimonianze e altri meeting per conoscere le aziende e i settori in cui operano.

- SIMULAZIONE DI COLLOQUI DI LAVORO
  organizzate per acquisire familiarità con i colloqui e consapevolezza delle proprie potenzialità.

Per sviluppare le soft skills dei partecipanti, ampio spazio è dedicato inoltre ad attività di personal development, progettate per rafforzare le capacità negoziali, di risoluzione dei conflitti, le abilità di comunicazione e l'esercizio della leadership.

AMMISSIONE

Requisiti di ammissione

Laurea triennale e magistrale, laurea vecchio ordinamento o titoli internazionali equivalenti.
Possono prendere parte al Master al massimo due uditori che hanno maturato esperienze professionali ritenute congrue agli scopi del Master per i quali non è obbligatorio il possesso della laurea.

Procedura di ammissione

L'ammissione al Master prevede una prova di selezione, in modalità telematica utilizzando la piattaforma Teams, che consiste nella valutazione titoli e un colloquio individuale conoscitivo-motivazionale.

La procedura prevede:

STEP 1
Scarica il bando: **unipr.it/bandi/didattica/retail-and-brand-management-digital-edition-20202021**

STEP 2
Vai nella sezione guida e iscriviti alle selezioni: **unipr.it/node/9547**

STEP 3
Iscriviti alle selezioni
dal 7 al 19 novembre 2020

STEP 4
Scegli una data di selezione tra
2-4 e 9 dicembre 2020

Costi

La quota di partecipazione è di 6.500 euro, più 16 euro per il bollo virtuale e può essere corrisposta in tre rate:
266 euro all'atto dell'immatricolazione *
3.250 euro entro il 29 gennaio 2021.
3.000 euro entro il 26 febbraio 2021.

* La quota di Immatricolazione non è rimborsabile salvo il caso in cui il Master non venga attivato.

CONTATTI

GS1 Italy

gs1it.org

Via Paleocapa, 7 - 20121 Milano

seguici su:

#masterGS1

UNIVERSITÀ DI PARMA

unipr.it

Via Kennedy, 6 - 43125 Parma

seguici su:

SPONSOR

AMICA NATURA ALCASS

AURICCHIO 1877 Fatto a mano. Da sempre.

Barilla The Italian Food Company. Since 1877.

Gruppo Bauli

LACTALIS ITALIA

bennet

Carrefour

CONAD

coop

coralis

CRAI

DESPAR

d.it distribuzione italiana

ESSELUNGA PIÙ LA CONOSCI, PIÙ TI INNAMORI.

FERRERO

Gallo

LAVAZZA

METRO

Mondelēz International SNACKING MADE RIGHT

Pam PANORAMA

P&G

PENNY MARKET

Unilever

prealpi

Nestlé Good food, Good life

SCJohnson A family company at work for a better world

SELEX GRUPPO COMMERCIALE

SUN SUPERMERCATI UNITI NAZIONALI

Sutter

GRUPPO VéGé

Master in Retail and Brand Management

MRANDBM

MASTER IN RETAIL AND BRAND MANAGEMENT

retail@unipr.it
retail-master.com