Master in Retail, Brand and Digital Management

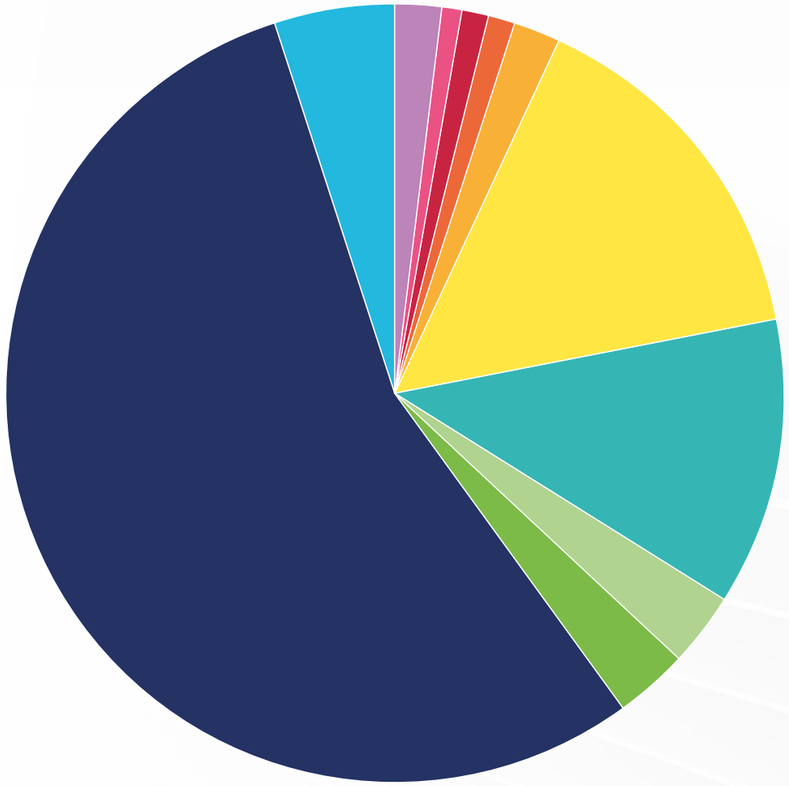
MASTER UNIVERSITARIO DI I LIVELLO

MRB&DM
MASTER RETAIL BRAND & DIGITAL MANAGEMENT

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 I FUTURI MANAGER DEL LARGO CONSUMO

Nella XX edizione il Master cambia nome in **Retail, Brand and Digital Management**, rinnova i contenuti e arricchisce i temi dedicati al **digital** e alla **omnicanalità**, per formare i futuri manager del largo consumo con le nuove competenze richieste dal mercato.

Il Master, in quanto percorso istituzionale certificato, oltre a un rapido inserimento nel mondo del lavoro, garantisce **60 crediti universitari** e da la possibilità di iscriversi contemporaneamente al corso di laurea magistrale arricchendo la carriera universitaria di un ulteriore percorso.

GS1 Italy, con il suo patrocinio culturale ed economico, garantisce la specializzazione, il contatto diretto con le imprese, uno study tour all'estero e permette ai partecipanti l'accesso a questo percorso culturale di assoluta eccellenza al costo **agevolato** di 6500 euro.

QUELLI DEL CODICE A BARRE, IL LINGUAGGIO GLOBALE PER LA TRASFORMAZIONE DIGITALE
L'organizzazione non profit GS1 sviluppa gli standard più utilizzati al mondo per la comunicazione tra imprese. In Italia, le imprese riunite da GS1 Italy sono ben **40 mila**.
Da 45 anni migliora i rapporti tra aziende, associazioni, istituzioni e consumatori, innovando i processi di scambio dei dati lungo l'intera filiera.
Il codice a barre: il gemello digitale del prodotto
La missione GS1 di portare visibilità, efficienza e sostenibilità nella filiera inizia nel 1973 con l'introduzione rivoluzionaria del codice a barre, giudicato da BBC una delle "50 cose che hanno reso globale l'economia".
Oggi più che mai le imprese devono garantire ai consumatori accesso immediato a informazioni complete e affidabili.

L'Università di Parma: luogo di studi, di sviluppo delle persone e di progresso del sapere scientifico.
L'Università di Parma promuove la creazione, il trasferimento della conoscenza con particolare attenzione al tessuto sociale e imprenditoriale del territorio. Al suo interno il Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali è da sempre un punto di riferimento internazionale nella ricerca sui temi del retailing e del trade marketing. In particolare i ricercatori dell'area marketing collaborano con le istituzioni per agevolare il dialogo tra industria e distribuzione e migliorare l'efficacia e l'efficienza della filiera.

Non scegliere a scatola chiusa...
Scopri i punti di forza.

PUNTI DI FORZA

1 I PARTNER DELL'INIZIATIVA

GS1 Italy, l'associazione senza scopo di lucro, che riunisce 40 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.

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, grazie al contributo di GS1 Italy, organizzato in collaborazione con **istituti internazionali** come la Nielsen di Parigi, Madrid, 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, YH Supermarket e Mercadona.

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 di 13000 euro grazie al contributo di GS1 Italy del 50% è di **6500** euro, più 16 euro per il bollo virtuale.

LA STRUTTURA

DIDATTICA

STRUMENTI DIDATTICI

Il Master si avvale di strumenti didattici innovativi.
Agli studenti viene fornita una App dedicata che raccoglie materiali esclusivi, contenuti delle testimonianze e prove di verifica.

LEARNING IN ACTION

Il percorso prevede business game e simulazioni costruite insieme alle imprese per garantire concretezza e coerenza con i ruoli che verranno ricoperti dai partecipanti in stage.

REPORT DI STAGE

Alla fine dei **6 mesi** di stage è prevista la presentazione di un report del project work che è sottoposta alla valutazione della commissione d'esame e dello steering committee.

CERTIFICAZIONE

La frequenza obbligatoria e il superamento degli esami danno diritto a **60 crediti certificati**.

Full-time
FORMAT

Italiano
LINGUA

12 mesi - 1500 ore
DURATA

6 mesi d'aula
DIDATTICA NOVEMBRE - GIUGNO

6 mesi
STAGE (retribuito)

1 settimana
STUDY TOUR inclusa nel prezzo

60
CREDITI FORMATIVI

30
PARTECIPANTI DI TUTTE LE DISCIPLINE

~~13000~~ 6500 euro
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 **16 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
- Business English

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

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:

Simone Aiolfi - Università di Parma
Antonella Altavilla - ADF Consulting
Alberto Ancarani - Coop Italia
Gianluca Annoni - Catalina Marketing
Federica Antonietti - Metro Italia
Antonella Atteno - Nielsen IQ
Andrea Ausili - GS1 Italy
Massimo Baggi - Selex Gruppo Commerciale
Claudio Baroni - Nestlè Group Italy
Giulia Bartezzaghi - Politecnico di Milano
Alessandra Bassetti - MediaWorld
Stefano Belletto - Amazon
Emilio Bellini - Politecnico di Milano
Silvia Bellini - Università di Parma
Gianluca Belotti - Eujus
Marta Bertaso - Calzedonia Group
Andrea Bernini - Jakala
Salvatore Bica - Danone
Massimo Bolchini - GS1 Italy
Renato Bonaglia - Amica Natura – Alcass
Andrea Bonezzi - Stern School of Business NYU
Paolo Boz - Imaginars
Jessica Bruschi - Danone
Chiara Canedoli - Barilla
Maria Grazia Cardinali - Università di Parma
Ilaria Casagrande - Moca Interactive
Emanuela Casalini - GS1 Italy
Guido Cassago - Metro Italia
Silvia Castellazzi - Politecnico di Milano
Daniele Civini - Jaggaer
Igino Colella - IES S.a.s.
Danilo Concari - Logistic Consulting
Riccardo Coppa - Banco Fresco
Elisabetta Corazza - Consulente aziendale
Samanta Correale - GS1 Italy
Alessandra Corsi - Conad
Piero Cortelazzo - Microsoft
Gianluigi Crippa - Value Lab
Marco Cuppini - GS1 Italy
Chiara D'Onofrio - Ferrero
Romolo De Camillis - Nielsen IQ
Flavia De Chirico - Coca-Cola HBC Italia
Francesco Del Porto - Barilla
Siro Descrovi - Dunnhumby
Alessandra Di Franco - Mondelez
Lorenzo Dominici - Nielsen Italia

→

Ivano Dolciotti - Consulente aziendale
Massimo Fabbro - Dinn design
Marco Ferrara - Amazon
Edoardo Fornari - Università Cattolica
Andrea Fossa - GreenRouter
Laura Franceschetti - Calzedonia Group
Valeria Franchella - GS1 Italy
Paolo Fregosi - MK Group
Valeria Freschi - Catalina marketing
Gianluca Gabrielli - Università di Parma
Armando Garosci - Largo Consumo
Mario Gasbarrino - Deco' Italia
Mauro Genna - Mutti
Domenico Geraci - Danone
Roberta Giorgetti Dall'Aglio - Consulente aziendale
Eleonora Graffione - Consorzio Coralis
Benedetta Grandi - Università di Parma
Sebastiano Grandi - Università Cattolica
Cristian Greco - Nielsen IQ
Christine Gringel - Nielsen IQ
Fabio Grilli - Ferrero
Marco Ieva - Università di Parma
Roberto Imbrosciano - Lidl Italia
Evelina Ivanova - Calzedonia Group
Paolo Lattuada - Consulente aziendale
Elena Lia - GS1 Italy
Beatrice Luceri - Università di Parma
Manuela Piera Maria Mallia - Metro Italia
Antonio Malvestio - FLC-Freight Leaders Council
Giovanni Manca - Lidl Italia
Riccardo Mangiaracina - Politecnico di Milano
Roberto Marcatelli - Fater
Pierluigi Marchini - Università di Parma
Alessandra Mauri - Esselunga
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 - Technological University Dublin
Alessio Pace - Metro Italia Cash and Carry
Enrico Pandian - StartupGym
Pietro Panepinto - Microsoft
Raul Parenti - Chiesi Farmaceutici
Marco Pedroni - Coop Italia
Davide Pellegrini - Università di Parma
Fabrizio Pellegrini - Barilla
Sara Perotti - Politecnico di Milano
Francesca Petracca - LinkedIn
Doreén Pick - Hochschule Merseburg, Germany
Karine Picot-Coupey - Universités IGR-IAE Rennes
Francesco Pino - Parmalat
Cristina Pisani - Consulente aziendale
Fabio Pistilli - Fater
Giulia Polci - Amazon
Lorenzo Potecchi - ScJohnson
Francesco Potenza - Parmalat
Carolina Pozzi - MediaWolrd
Giuseppe Vincenzo Presti - Coty
Davide Rainieri - Parmalat
Marzia Ranalli - Nielsen IQ

→

Loretta Raffaelli - Nordiconad
Attilio Redivo - Outcome Consulting
Mirko Repetto - GS1 Italy
Marco Riani - Università di Parma
Maria Elena Rivola - Conad
Francisco Javier Rondán - Cataluña University of Sevilla
Massimiliano Rossi - CIA Conad
Giacomo Rota - Paglieri
Federico Rugger - Moca Interactive
Rossana Salati - Logistic Consulting
Giada Salvietti - Università di Parma
Giorgio Santambrogio - Gruppo Végé
Iacopo Scarparo - Calzedonia Group
Alessandro Soave - Calzedonia Group
Elsa Tafesse - Coca-Cola HBC Italia
Tiziano Tassi - Caffeina
Christoph Teller - Campus University of Surrey
Paolo Tessiore - Ferrero
Sara Thomas - Partner at Language Consulting
Rosario Toscano - Moca Interactive
Stella Ventroni - Calzedonia Group
Linda Vezzani - GS1 Italy
Rossano Vitulli - Microsoft
Paolo Zalera - Università di Parma
Alessandra Zanchini - Ferrero
Gianluca Zedda - Paglieri
Cristina Zerbini - Università di Parma
Cristina Ziliani - Università di Parma
Luana Zito - Coca-Cola HBC Italia
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.

Requisiti di ammissione

Laurea triennale o magistrale, di tutte le facoltà 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 iscrizione

L'ammissione al Master prevede una prova di selezione, che potrà essere svolta anche in modalità telematica, che consiste nella valutazione titoli, un colloquio individuale conoscitivo-motivazionale e un test logico attitudinale.

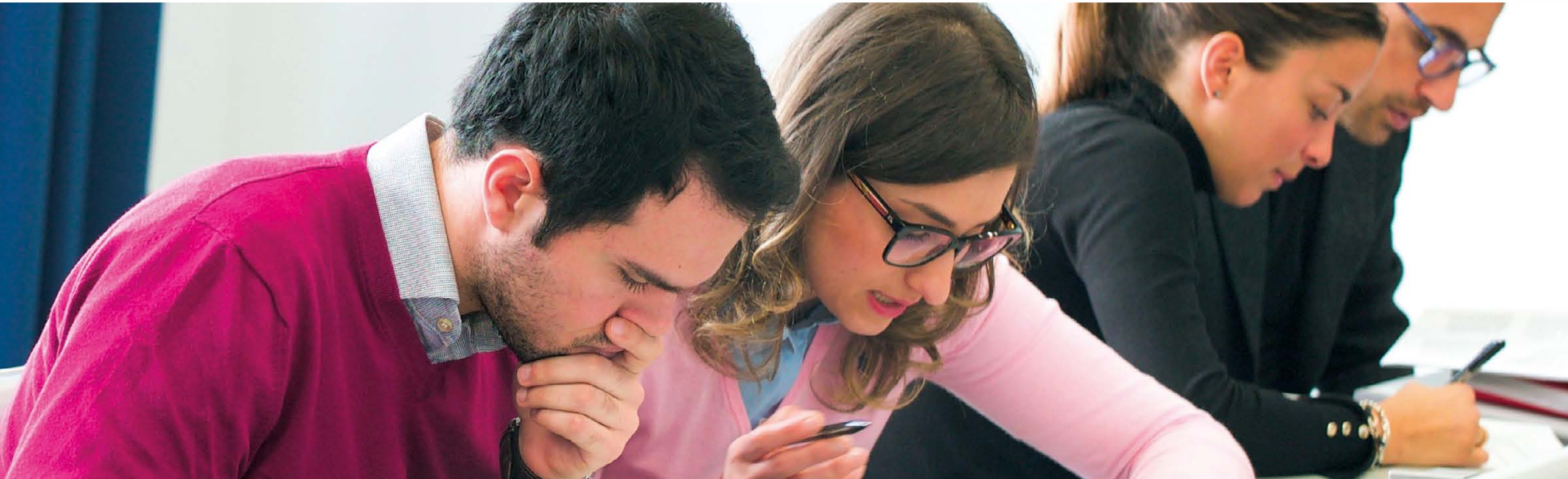
Selezioni

Per scoprire come partecipare, consulta il bando, che sarà pubblicato nel mese di luglio sul sito dell'Università di Parma. Segui la procedura on-line, iscriviti alle selezioni e comunica a **retail@unipr.it** la data scelta tra le tre opzioni indicate.

Costi

La quota di partecipazione di 13000 euro grazie al contributo di GS1 Italy del 50% è di **6500** euro, più 16 euro per il bollo virtuale.

La quota è corrisposta in tre rate:
266 euro all'atto dell'immatricolazione
3250 euro entro il primo mese d'aula.
3000 euro entro il secondo mese d'aula.



GS1 Italy

gs1it.org

Via Paleocapa, 7 - 20121 Milano

seguici su:

UNIVERSITÀ DI PARMA

unipr.it

Via Kennedy, 6 - 43125 Parma

seguici su:

SPONSOR

Amica Natura
Auricchio
Barilla
Lactalis Italia
bennet
Bolton Group
Carrefour
Conad
coop
coralis
Crai
Despar
d.it
Esselunga
Ferrero
Lavazza
Metro
Mondelēz International
Pam Panorama
P&G
Penny Market
Birra Peroni
Unilever
prealpi
Nestlé
SCJohnson
Selex
Sun
Sutter
Gruppo VéGé

MASTER IN RETAIL, BRAND AND DIGITAL MANAGEMENT

retail@unipr.it
retail-master.com