



UNIVERSITÀ  
DI PARMA



# XIV MASTER IN RETAIL AND BRAND MANAGEMENT

II TUO FUTURO INIZIA QUI

---

## Indice

---

Presentazione	<b>p. 2</b>
Introduzione	<b>p. 3</b>
I partner dell'iniziativa	<b>p. 6</b>
I punti di forza del progetto	<b>p. 7</b>
L'organizzazione del master	<b>p. 8</b>
Gli sbocchi professionali	<b>p. 9</b>
I percorsi del master	<b>p. 10</b>
Steering Committee	<b>p. 17</b>
Lo staff	<b>p. 17</b>
I docenti	<b>p. 18</b>
Informazioni	<b>p. 23</b>
Quota di partecipazione	<b>p. 23</b>

Il master GS1 Italy in Retail and Brand Management è un fiore all'occhiello che dimostra la vicinanza del nostro mondo con i giovani e le università. La collaborazione, ormai più che decennale, con l'Università di Parma e il supporto delle Associazioni ADM e IBC, che rappresentano rispettivamente il mondo della Distribuzione e dell'Industria, ci hanno consentito di creare e continuare a sviluppare un master di assoluta eccellenza.

Ogni anno diamo la possibilità, anche con il concreto appoggio economico delle borse di studio, a giovani neolaureati opportunamente selezionati, di accedere ad un percorso di specializzazione che può consentire loro l'inizio di una carriera di successo.

**Bruno Aceto**  
CEO  
GS1 Italy

Ancora una volta ho il piacere di presentare la nuova edizione del master GS1 Italy.

Quando abbiamo pensato a questa iniziativa, era il 2004, il nostro obiettivo era chiaro, e oggi lo confermiamo: dare la possibilità ogni anno a giovani talenti di poter approfondire e sviluppare conoscenze specifiche in tutti gli ambiti tipici della filiera del largo consumo, ma non solo. Un percorso molto concreto, caratterizzato da una massiccia presenza in aula di manager delle aziende e di testimonial stranieri, sono un po' gli elementi di base. A questi si aggiungono visite alle aziende in Italia e all'estero per conoscere le realtà più importanti del momento. La vicinanza e il supporto delle aziende è poi testimoniato dal periodo di stage a fine corso.

Non mi rimane che sottolineare che questa è un'iniziativa di successo che può costituire l'inizio di una carriera manageriale, così come fino ad ora è stato negli anni per circa 250 giovani.

**Paolo Fregosi**

External relations director  
GS1 Italy

Il master in Retail and Brand Management rappresenta per la business community un progetto culturale di riferimento. Grazie alla stretta collaborazione con GS1 Italy e le sue imprese associate, il Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali riesce ogni anno a rinnovare i contenuti del master. Il percorso è aperto sia a laureati triennali ad alto potenziale che a laureati magistrali che vogliono completare la propria specializzazione. Il percorso gode di una metodologia di didattica applicata che attraverso la costante presenza dei manager aziendali guida gli studenti a una comprensione integrale degli strumenti manageriali che guidano la collaborazione e la competizione nelle filiere del largo consumo. Alla fine del master i candidati iniziano l'inserimento lavorativo sia nelle imprese industriali che nelle imprese commerciali e in seguito sono destinati a ritrovarsi a tavoli di lavoro comuni. Questa circostanza simboleggia la vera missione del master GS1 Italy formare le professionalità migliori per garantire un costante miglioramento nelle relazioni di filiera.

**Davide Pellegrini**

Direttore Scientifico del master





### L'Università di Parma

Si caratterizza per un posizionamento di alto profilo nel contesto universitario nazionale, che discende dai suoi 9 Dipartimenti, dai 37 Corsi di laurea triennali, dai 6 Corsi di laurea specialistica a ciclo unico e dai 38 Corsi di laurea magistrale.

All'interno dell'Ateneo operano oltre 2.000 persone tra docenti, ricercatori e personale tecnico-amministrativo.

### GS1 Italy

GS1 Italy riunisce 35.000 imprese di beni di consumo.

Ha l'obiettivo di facilitare il dialogo e la collaborazione tra aziende, associazioni, istituzioni per creare valore, efficienza, innovazione, per dare più slancio alle imprese e più vantaggi al consumatore.

GS1 Italy offre soluzioni concrete come i sistemi standard GS1, per favorire la visibilità e l'efficienza della catena del valore. Il più conosciuto è il codice a barre, usato in Italia e in oltre 150 paesi al mondo, permette lo scambio di informazioni tra industria e distribuzione con chiarezza, semplicità e senza errori.



**L'internazionalità:** il master vanta collaborazioni con Istituzioni internazionali come l'Università di Stirling e di Edimburgo, la Stern School of Business di New York, Kellogg School of Management e la Nielsen di Chicago che potranno essere sede di viaggio studio.

Inoltre, è previsto l'intervento di docenti internazionali che tengono lezioni, all'interno dei corsi in Italia, in lingua inglese. Il programma didattico prevede, inoltre, una parte intensiva di business english.

**L'attività di Placement:** il master segue i partecipanti nell'inserimento nelle aziende. Il 100% degli studenti del master delle precedenti edizioni hanno svolto il periodo di stage in prestigiose aziende distributive food e non food e più dell'80% è stato confermato al termine dei 6 mesi di tirocinio.

A oggi le edizioni precedenti vantano una frequenza altissima di inserimenti aziendali a 6 mesi dal termine del master.

**Le testimonianze di Manager e Imprenditori del settore:** in ogni modulo sono presenti almeno il 40% di testimonianze aziendali.

**I docenti:** selezionati tra i massimi esperti della distribuzione e dell'industria, nel mondo accademico, consulenziale e della formazione di settore.

**La metodologia didattica:** fortemente orientata alla gestione pratica della vita aziendale.

**Crediti Universitari:** al termine del percorso è previsto il riconoscimento di crediti formativi per l'iscrizione alla laurea magistrale in Trade Marketing e Strategie Commerciali presso l'Università di Parma.

**Steering Committee e il coordinamento didattico:** che garantiscono la qualità dei contenuti e lo sviluppo omogeneo del programma in tutte le fasi del master.

---

## L'organizzazione del master

---

Il master è strutturato in 6 mesi d'aula, e 6 mesi di stage, con inizio nel mese di novembre e si conclude con la presentazione dei risultati dei Field Project realizzati dai partecipanti presso le strutture nelle quali hanno realizzato lo stage.

### La settimana e la metodologia didattica

Durante la formazione in aula, la settimana si sviluppa in 40 ore, dal lunedì al venerdì, articolata secondo la seguente ripartizione:

- dalle 09:00 alle 13:00: i contenuti vengono approfonditi attraverso lezioni/discussioni tenute dai docenti;
- dalle 14:00 alle 18:00: le problematiche sono trasferite attraverso forme di didattica attiva che prevedono il coinvolgimento diretto dei partecipanti nel processo di apprendimento (discussione di casi, esercitazioni, role playing, testimonianze su management tools, etc ...).

La frequenza nel periodo d'aula è obbligatoria. Durante lo stage, l'attività dedicata al progetto di ricerca si svolge nell'ambito degli impegni e dell'orario di lavoro previsto dall'azienda che ospita il partecipante.

### Materiale didattico

Ai partecipanti verrà messo a disposizione tutto il materiale didattico necessario per l'apprendimento dei contenuti presentati in aula:

- dispense redatte dai professori e dai testimoni che sviluppano gli argomenti approfonditi;
- testi e manuali universitari dei docenti;
- rassegna stampa giornaliera;
- abbonamenti a riviste di settore come "Largo Consumo". Inoltre potranno usufruire dell'accesso alla Biblioteca del Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali dell'Ateneo.

### Retail Management

- Ricerca e sviluppo format
- Store management
- Category management e buying
- Private label management
- Supply chain management
- Carte fedeltà e geomarketing
- Comunicazione e new media management
- Channel cost analysis and control
- Analytics e ricerche di mercato

### Brand Management

- Trade marketing
- Sales management
- Category management
- Merchandising and in store communication
- Supply chain management
- Crm management
- Digital channel management
- Channel cost analysis and control
- Analytics e ricerche di mercato

### 1. Comportamento organizzativo e Team building

Il percorso d'aula inizia mettendo in luce le sfide che gli Alunni affronteranno nella fase di inserimento aziendale permettendo ai candidati di mettere a fuoco le proprie capacità relazionali e tracciare un cammino di crescita sia individuale che di gruppo. Su questi temi interverranno i responsabili HR di aziende leader.

- Strumenti e attività di conoscenza e socializzazione
- Processi di autoanalisi: skills e grado di motivazione
- Dinamiche e conduzione del gruppo
- Definizione del patto formativo

### 2. Economia e Gestione delle filiere dei Beni di Consumo

In questo modulo si inizia un percorso di lettura dell'organizzazione aziendale con un focus puntato sulle imprese operanti nella filiera dei beni di largo e generale consumo. In questa fase la lettura strategica del mercato è rafforzata dalle testimonianze aziendali provenienti dal mondo dell'industria e della distribuzione.

- Introduzione all'impresa e al mercato
- Le funzioni aziendali
- I fondamenti di marketing
- Le sfide competitive delle imprese del largo consumo

### 3. Accounting

Il modulo vuole fornire agli Studenti, anche a coloro che non provengono da studi economici, tutti gli strumenti necessari per analizzare gli equilibri economici e finanziari delle imprese. Qualificati testimoni aziendali aiutano ad analizzare i bilanci delle proprie imprese.

- Sistema delle determinazioni quantitative d'azienda
- Il conto economico
- Il budgeting
- Lo stato patrimoniale

### 4. Business Statistics

Il modulo è finalizzato a trasferire agli Alunni le principali metodologie statistiche utilizzate per l'analisi del comportamento di acquisto e di consumo. Accanto alla teoria di base, necessaria per comprendere l'utilizzo delle metodologie, ampio spazio sarà dato alle applicazioni, con l'utilizzo dei software Excel, Access e SPSS.

- Excel, Access e SPSS: introduzione e operazioni di base
- Statistiche descrittive e campionamento
- Funzioni condizionali, ricerca univoca e tabelle pivot
- Richiami di inferenza e regressione lineare semplice



### 5. Shopper marketing & Omnichannel distribution

Il percorso di specializzazione prende avvio analizzando i fondamenti dello shopper marketing alla luce della crescente multicanalità distributiva che impatta sulle strategie di Marca dell'Industria e della distribuzione.

- Consumer analysis
- Branding industriale on line e off line
- Retailing strategies on line e off line
- E-grocery shopping behavior

### 6. Retail Format

Una volta analizzati gli scenari strategici, si entra nel vivo delle leve gestionali. La prima sfida riguarda le strategie di formato che le imprese commerciali sviluppano per rispondere ai bisogni del consumatore e differenziarsi dalla concorrenza. Dopo aver messo a fuoco il profilo del format si passa all'analisi delle scelte localizzative dello stesso. In questo modulo al fianco dei docenti e dei testimoni partecipano i consulenti di Value Lab e di MBS Consulting.

- I format distributivi
- L'innovazione nel retailing
- Metodi per la gestione e pianificazione dei punti vendita
- La progettazione e l'analisi tecnica del format
- I formati digitali

### 7. Category Management

In questo modulo si parte analizzando le classificazioni ufficiali degli assortimenti per poi passare ai temi della condivisione informativa tra industria e distribuzione, fino alle politiche di buying e alla contrattualistica. In questa fase si coinvolge GS1 Italy e si invitano sia category manager dell'industria che buyer della grande distribuzione.

- La pianificazione degli assortimenti commerciali
- I ruoli di marketing della categoria
- I modelli organizzativi
- La collaborazione tra industria e distribuzione nella gestione della categoria
- Il category nell'e-commerce

## 8. Space Management & Instore Marketing

Dopo la creazione di un assortimento si apre il tema della manutenzione e della valorizzazione dello stesso all'interno dei punti vendita. Il modulo, quindi, affronta la gestione degli spazi nella logica del physical branding: la progettazione degli spazi in funzione di un'identità aziendale. In questa fase si affrontano anche i temi del design e del visual merchandising. A seguire, gli Alunni frequenteranno un corso di Space Management presso società specializzate con esercitazioni pratiche sul software dedicato.

- La creazione degli spazi e l'innovazione
- Visual merchandising
- La segmentazione e la leggibilità dell'assortimento
- Regole empiriche di allocazione dello spazio espositivo alle marche
- La visibility nell'e-commerce

## 9. Data Management & Pricing Policy

Il tema dei dati e del loro impiego per migliorare l'efficacia e l'efficienza dei processi è al centro delle strategie aziendali. Il modulo analizza i principali strumenti per la gestione delle informazioni relative ai prodotti e per lo sviluppo delle politiche di pricing, in un contesto dinamico. Le esercitazioni in aula e i laboratori presso GS1 Italy aiuteranno gli Alunni a mettere in pratica le conoscenze acquisite.

- La condivisione informativa tra industria e distribuzione
- Il catalogo elettronico
- Il software Bases
- Logiche e regole empiriche della formazione dei prezzi
- E-pricing

## 10. Supply Chain Management

Dal negozio al magazzino il passo è breve. Il ruolo strategico della logistica emerge dal confronto internazionale dei conti economici che mostrano ampi spazi di recupero di efficienza ed efficacia. In questo modulo, si mettono a fuoco le sfide di razionalizzazione e gli strumenti utili al miglioramento delle performance. La visita ai centri di distribuzione (CEDI) della GDO aiuterà a misurare gli standard di miglioramento.

- La logistica delle imprese industriali e commerciali
- Elementi costitutivi di un sistema di tracciabilità di filiera
- L'organizzazione di un CEDI
- La logistica a valle del CEDI
- E-supply chain

## 11. Trade Marketing & Sales Management

Il modulo affronta il tema della gestione dei canali distributivi nella prospettiva delle aziende industriali. Per capire più a fondo le sfide delle imprese che operano nella filiera del largo consumo, occorre dare uno sguardo all'evoluzione dei rapporti di canale

e capire le dinamiche competitive che influenzano oggi i rapporti tra industria e distribuzione.

- Il quadro competitivo dei rapporti di canale
- La prospettiva dell'antitrust
- La configurazione dei rapporti di filiera nel contesto multicanale
- La pianificazione della rete di vendita

## 12. CRM & Digital Marketing

Il modulo si propone di fornire agli Studenti gli strumenti concettuali e operativi per comprendere e analizzare i processi di sviluppo e di gestione delle attività di marketing mirato e personalizzato. I manager coinvolti portano testimonianza di come gli insights derivanti dal database clienti possono essere utilmente impiegati per migliorare la gestione delle diverse leve del retail mix (dall'assortimento alla promozione).

- Il ruolo dei dati nella creazione di valore
- Il loyalty marketing: logiche e misurazione della fedeltà
- La costruzione di nuove metriche per il decision making nei diversi ambiti del retail mix
- La creazione di attività di marketing mirato

### 13. Big Data & Social Media Marketing

Le nuove frontiere della distribuzione moderna toccano i temi della multicanalità e delle strategie di marketing in ambiente digitale. In questo modulo si analizzano i principali modelli di business nel contesto multicanale e le nuove dimensioni del marketing operativo in ambiente digitale.

- I modelli di business nel contesto multicanale
- Il marketing nel contesto digitale
- Social Media Marketing: aspetti strategici ed operativi
- Reputazione e Crisis Management

## La Formazione outdoor

15

- Laboratori presso GS1 Italy
- Laboratori presso società specializzate in space management
- Visite aziendali ai CEDi
- Store check

INTERNAZIONALITÀ  
E STUDY TOUR



### International week

Un tuffo nei mercati esteri aiuta a cogliere le differenze tra quanto studiato finora e i mercati esteri di riferimento

### Business English

I corsi di inglese si concentrano nelle giornate del venerdì di ogni settimana.

Sono previsti due livelli, a seconda delle competenze linguistiche iniziali possedute dai partecipanti, gestiti da docenti madrelingua.

#### I Primo Livello:

- Consolidamento della base linguistica presente
- Introduzione di nuovi vocaboli e di forme utilizzate in ambito professionale
- Valorizzazione e stimolo delle skill acquisite

#### Il Secondo Livello:

- Arricchimento del vocabolario specifico sulla comunicazione in ambito business
- Predisposizione e discussione di materiale in ambito marketing
- Verifica e approfondimento di case study fondati su problematiche di marketing management

### Retail Symposium a Dublino

Due Alunni, scelti tra i più meritevoli, potranno partecipare ad un ciclo di seminari, della durata di 4 giorni, sul tema “Retail Innovation” presso il Dublin Institute of Technology (Irlanda) insieme agli studenti del Corso di Laurea Magistrale in “Trade Marketing e Strategie Commerciali” dell’Università di Parma.

### Study Tour negli USA

Il percorso del master si conclude con lo Study Tour negli Stati Uniti organizzato in collaborazione con Nielsen. Chicago e New York sono state le mete delle edizioni precedenti che hanno consentito agli Alunni di conoscere da vicino alcune delle realtà distributive più innovative: Whole Foods, Trader’s Joe, Shop Rite, Wegmans, Wal Mart, Walgreens sono alcuni dei retailers americani che ci hanno ospitato negli anni scorsi.

Oltre alle visite nei punti vendita, sono previsti seminari in Nielsen e presso prestigiose sedi accademiche, come la Northwestern University di Chicago e la Stern School of Business di New York.



**Paolo Fregosi**

External relations director GS1 Italy

**Davide Pellegrini**

Direttore Scientifico

**2 Consiglieri**

GS1 Italy

**2 Responsabili Tecnici**

ADM e IBC

**Davide Pellegrini**

Direttore Scientifico

mail: [davide.pellegrini@unipr.it](mailto:davide.pellegrini@unipr.it)

tel: 0521 032011

**Silvia Bellini**

Coordinamento Didattico

mail: [silvia.bellini@unipr.it](mailto:silvia.bellini@unipr.it)

tel: 0521 032416

**Maria Chiara Alfieri**

Responsabile organizzazione

mail: [retail@unipr.it](mailto:retail@unipr.it)

tel: 0521 032027

**Erika Frare**

Training Executive

GS1 Italy

mail: [erika.frare@gs1it.org](mailto:erika.frare@gs1it.org)

tel: 02 777212330

IL TUO FUTURO

INIZIA QUI



La didattica è affidata a docenti universitari, consulenti e manager d'azienda. Hanno collaborato nelle precedenti edizioni:

**Gianandrea Abbate**  
Emotional Marketing

**Valentina Albanese**  
Università degli Studi di  
Bologna

**Giacomo Allena**  
Value Lab

**Antonella Altavilla**  
Consulenza Aziendale

**Alberto Ancarani**  
Coop Italia

**Stefano Anceschi**  
Lidl Italia Srl

**Gianluca Annoni**  
Catalina Marketing

**Marge Anzalone**  
Nielsen USA

**Cristian Arcari**  
Leroy Merlin Italia

**Andrea Ausili**  
GS1 Italy

**Paolo Azzali**  
Logisticamente

**Cinzia Barbavara**  
Esselunga

**Luca Barbieri**  
Tecnoconsult food

**Stefano Barone**  
Leroy Merlin Italia

**Claudio Baroni**  
Nestlé Group Italy

**Francesca Bartolomucci**  
Yamamay

**Moreno Batani**  
Conad

**Stefano Belletto**  
Amazon

**Silvia Bellini**  
Università di Parma

**Sara Beneventi**  
Luxottica Group

**Davide Bennici**  
Lidl Italia Srl

**Andrea Bernini**  
Value Lab

**Antonella Bernini**  
Consulente aziendale

**Silvia Bianco**  
Gruppo Carrefour

**Giovanni Bianco  
Mengotti**  
Sigma Soc. Coop.

**Raffaella Bini**  
Sephora Italia

**Massimo Bolchini**  
GS1 Italy

**Andrea Boldrin**  
Decathlon Italia

**Renato Bonaglia**  
Amica Natura - Alcass

**Marta Bonalume**  
Amazon

**Andrea Bonezzi**  
Stern School of Business  
NY

**Mauro Bononi**  
Granarolo

**Marco Bordoli**  
Crai Secom SpA

**Elena Borgonovi**  
Calzedonia Group

**Domenico Brisigotti**  
Coop Italia

**Ambrogio Brunati**  
Selex

**Francesco Cecere**

Coop Italia

**Mattia Caglio**

Calzedonia

**Amitav Chakravarti**

Stern School of Business  
NY

**Chiara Canedoli**

Barilla

**Massimiliano Capponi**

Decathlon Italia

**Maria Grazia Cardinali**

Università di Parma

**Daniele Civini**

Bravo Solution SpA

**Elisa Carlino**

Metro Italia Cash and Carry

**Gregory S. Carpenter**

Kellog School of Manag.  
Chicago

**Igino Colella**

IES S.a.s.

**Caterina Carpentiere**

Gruppo Carrefour

**Enrico Colla**

Advancia-Negocia

**Emanuela Casalini**

GS1 Italy

**Mauro Clara**

Ferrero

**Matteo Conti**

Ferrero

**Alberto Comunello**

Value Lab

**Daniilo Concari**

Logistic Consulting

**Gianpaolo Costantino**

IRI Infoscan srl

**Davide Cozzarolo**

Sigma Soc. coop.

**Gianluigi Crippa**

Value Lab

**Giuseppe Cuffaro**

Coop Italia

**Marco Cuppini**

GS1 Italy

**Salvatore D'Alessandro**

Parmalat

**Fabio d'Angelantonio**

Luxottica Group

**John Dawson**

University of Edimburgh

**Romolo De Camillis**

Nielsen Italia

**Francesco Del Porto**

Barilla

**Damiana Delle Donne**

Ikea Italia Retail

**Daniele Di Bianca**

Decathlon Italia

**Alessandra Di Franco**

Mondelez

**Ivano Dolciotti**

Consulente aziendale

**Francesco Dragoni**

Value Lab

**Chantal Echterhagen**

Aldi

**Anita Eves**

Campus University of  
Surrey

**Massimo Fabbro**

Dinn design

**Enzo Facchini**

Pfizer

**Cristina Farina**

Nielsen Italia

**Nicola Ferrajolo**

Nielsen Italia

**Marco Ferrara**

Amazon

**David Finardi**

Sinapsi Group

**Matteo Flora**

The Fool

**Edoardo Fornari**

Università di Parma

**Riccardo Francioni**

Selex

**Valentina Francot**

Agorà Network

**Marta Frasquet**

University of Valencia

**Paul Freathy**

Institute of Retail Studies  
- Stirling

**Paolo Fregosi**

GS1 Italy

**Valeria Freschi**

Catalina marketing

**Fabio Gabbiani**

Gruppo Carrefour

**Veronica Gabrielli**

Università degli Studi di  
MO e RE

**Paolo Galbiati**

Symphony Iri

**Stefano Gambolò**

Selex

**Armando Garosci**

Largo Consumo

**Mario Gasbarrino**

Unes

**Paolo Gattafoni**

Dimar

**Mauro Genna**

Mutti

**Matteo Ghidi**

Parmareggio

**Roberta Giorgetti****Dall'Aglio**

Consulente aziendale

**Eleonora Graffione**

Consorzio Coralis

**Christine Gringel**

Nielsen Italia

**Sebastiano Grandi**

Università Cattolica del  
Sacro Cuore

**Fiorenza Grassani**

Gruppo Max Mara

**Maria Filomena****Graziano**

Ditech Spa

**Gaia Guglielmi**

Yoox Group

**Todd R. Hale**

Nielsen USA

**Monica Hope**

Campus University of  
Surrey

**Marco Ieva**

Università di Parma

**Roberto Lanzanova**

Cet Consulting

**Elena Lia**

GS1 Italy

**Renzo Libenzi**

Loccioni

**Marco Lo Curto**

Leroy Merlin Italia

**Giuliana Lo Giudice**

Ferrero

**Fabrizio Lombardo**

Librerie Coop

**Frederico Lopes de****Mendonça**

Esselunga

**Stefano Maida**

Ikea Italia Retail

**Mario Maiocchi**

Mondadori

**Dino Maldera**

Ikea Italia Retail

**Giuliana Mancusi**

Metro Italia Cash and  
Carry

**Roberto Marcatelli**

Fater

**Sergio Marchesini**

Consulente aziendale

**Cecilia Marchi**

Value Lab

**Pierluigi Marchini**

Università di Parma

**Luigi Mariantoni**

Mercadona

**Matteo Marino**

Bravo Solution

**Francesco Masi**

Aboca S.p.A.

**Renato Matera**

Mercadona

**Davide Mazzola**

Metro Italia Cash and  
Carry

**Mario Messuri**

Bravo Solution SpA

**Franca Miani**  
Università di Parma

**Angeles Miguel**  
Mercadona

**Simona Milvo**  
Eataly

**Alberto Miraglia**  
Auchan

**Pietro Mirra**  
Barilla

**Laura Morando**  
Amazon

**Cristian Morelli**  
Havi Logistics srl

**Gianluca Morelli**  
Università di Parma

**Paolo Morini**  
Bricocenter Italia

**Paolo Mossa**  
Nielsen Italia

**Alessia Motta**  
Giochi Preziosi

**Maria Stella Motta**  
Federdistribuzione

**Stefano Mura**  
Leroy Merlin Italia

**Roberto Nanni**  
Coop Italia

**Enrico Navi**  
Nordiconad

**Giada Necci**  
GS1 Italy

**Francesca Negri**  
Università di Parma

**Isa Neri**  
Havi Logistics srl

**Edmund O'Callaghan**  
DIT College of Business –  
Dublin

**Renato Oldani**  
Lombardini

**Roberto Omati**  
Expert

**Enrico Pandian**  
Il Supermercato24

**Alessandra Pastorio**  
Bricocenter Italia

**Rossana Patruono**  
Esselunga

**Pietro Pedone**  
Gipi S.a.s.

**Marco Pedroni**  
Coop Italia

**Davide Pellegrini**  
Università di Parma

**Fabrizio Pellegrini**  
Barilla

**Jacopo Pergreffi**  
Gruppo Max Mara

**Alessandro Piantanida**  
Lidl Italia Srl

**Stefano Piazzolla**  
Esselunga

**Francesco Pino**  
Parmalat

**Cristina Pisani**  
Consulente aziendale

**Fabio Pistilli**  
Fater

**Marcello Poli**  
Gruppo Poli

**Francesco Potenza**  
Parmalat

**Richard Quinn**  
Campus University of  
Surrey

**Davide Rainieri**  
Parmalat

**Loretta Raffaelli**  
Nordiconad

**Benedetta Reboa**  
Coca Cola HBC

**Mirko Repetto**  
GS1 Italy

**Antonello Ricco**  
Auchan

**Maria Elena Rivola**  
Conad

**Valerio Rocchetti**  
Yoox Group

**Thomas Roeb**  
Hochschule Bonn-Rhein-  
Sieg

**Francisco Javier  
Rondán-Cataluña**  
University of Sevilla

**Lorenzo Rossini**  
Lidl Italia Srl



**Luigi Rubinelli**

Retail Watch

**Francesco Ruffini**

Number 1

**Giovanna Ruggieri**

Metro Italia Cash and Carry

**Edoardo Sabbadin**

Università di Parma

**Anna Salaris**

Bricocenter Italia

**Rossana Salati**

Logistic Consulting

**Giorgio Santambrogio**

Gruppo Végé

**Giuseppe Santillo**

Ditech Spa

**Laura Schiatti**

Ikea Italia

**Nicola Selleri**

Lidl Italia Srl

**Arianna Semeraro**

Ikea Italia Retail

**Catia Sibilìa**

Gruppo Carrefour

**Henry Sichel**

Caffeina

**Antonello Sinigaglia**

Gruppo Auchan

**Jason Sit**

Campus University of Surrey

**Leigh Sparks**

University of Stirling

**Roberto Stanco**

Gruppo Carrefour

**Jessica Stella**

Decathlon Italia

**Tiziano Tassi**

Caffeina

**Christopher Teller**

Campus University of Surrey

**Sara Thomas**

Docente lingua inglese

**Giulia Trotta**

Fater

**Rolando Toto Brocchi**

Crai

**Stefano Trentini**

Sigma Soc. Coop.

**Giacomo Trovato**

Amazon

**Valentina Turchetti**

Seobuzz

**Federica Valentini**

Gruppo Max Mara

**Linda Vezzani**

GS1 Italy

**Antonello Vilardi**

Retail Watch

**Marcello Viola**

Unilever Italia

**Steve Wood**

Campus University of Surrey

**Paolo Zalera**

Università di Parma

**Cristina Ziliani**

Università di Parma

**Andrea Zironi**

Autogrill

**Giuseppe Zuliani**

Conad

### Sede del master

Università di Parma Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali Area Marketing Via J.F. Kennedy 6 - 43125 Parma.

### Modalità di ammissione

L'ammissione al corso è subordinata al superamento di una **selezione** alla quale possono partecipare candidati di **diversa estrazione** culturale in possesso del titolo di **laurea di primo livello** al 31 dicembre 2017.

L'aula del master sarà composta da un numero massimo di **30 partecipanti**.

Per iniziare il processo di selezione è necessario inviare il proprio curriculum vitae all'indirizzo mail: [retail@unipr.it](mailto:retail@unipr.it)

A seguito dell'invio, la Segreteria organizzativa del master provvederà a contattare lo studente che in sede di selezione dovrà fornire:

- Certificato di Laurea con dettaglio degli esami e votazione
- 2 foto tessera.

Le selezioni vengono realizzate attraverso i seguenti strumenti diagnostici:

- Titolo di studio e votazione conseguita
- Età massima 30 anni
- Conoscenza delle lingue straniere
- Eventuale esperienza lavorativa pregressa
- Colloquio Individuale
- Assessment

Dato l'elevato numero di domande si terrà conto della data di invio della stessa per la convocazione alle selezioni. Per maggiori informazioni si consiglia di consultare sito del master:

[www.retail-master.com](http://www.retail-master.com)

### Inizio Corso

Novembre

### Date di selezione

9-23 Giugno 2017

14-28 Luglio 2017

8-15-22 Settembre 2017

6-18 Ottobre 2017

Grazie al supporto economico fornito dalle imprese che sono rappresentate da GS1 Italy la quota a carico del partecipante è di € 6.500 pari al 50% dell'importo di iscrizione di € 13.000.

In fase di stage, inoltre, alcune imprese investono sui candidati più meritevoli con la copertura integrale del costo del corso.

L'importo di € 6.500 è rateizzabile in 3 soluzioni:

- € 250 al momento dell'iscrizione al master
- € 3.250 entro il primo mese d'aula
- € 3.000 entro il secondo mese d'aula

Si segnala infine che le Regioni Basilicata, Calabria, Campania, Friuli Venezia Giulia, Puglia, Sardegna, Valle d'Aosta, e le Province autonome di Trento e Bolzano, bandiscono annualmente un concorso per l'assegnazione di borse di studio per favorire la frequenza di corsi postuniversitari.

## Master in Retail and Brand Management



0521 032028/032303



retail@unipr.it



[www.retail-master.com](http://www.retail-master.com)



Master GS1 Italy

