

retail-master.com



**XV EDIZIONE
MASTER IN RETAIL AND BRAND MANAGEMENT
IL TUO FUTURO INIZIA QUI**





Non scegliere a scatola chiusa!

«Il Master in Retail and Brand Management di GS1 Italy 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

«Il Master in Retail and Brand Management di GS1 Italy è un percorso di eccellenza, pensato per formare i futuri manager del largo consumo con competenze specifiche del settore e una conoscenza approfondita dei processi e delle dinamiche di relazione tra il mondo industriale e quello distributivo.

Un percorso molto concreto, un anno di studio intenso e stimolante nel quale gli studenti sono da subito in contatto con i manager e gli imprenditori delle principali aziende distributive e industriali italiane e straniere, che si alternano in aula a fianco dei docenti.

Un filo diretto per gli studenti con le imprese associate, che da oltre 10 anni credono in questo percorso e partecipano con entusiasmo aprendo le porte delle loro aziende ai ragazzi, che possono così conoscere da vicino le realtà più importanti del momento e mettere in pratica attraverso gli stage a fine corso ciò che hanno imparato in aula.

Una grande opportunità e un punto di avvio importante per la carriera di tanti giovani di talento».

Silvia Scalia

ECR and training director
GS1 Italy

«Il Corso di perfezionamento 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 di 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

L'Università di Parma, che vanta una storia millenaria, conta oggi circa 25 mila studenti e 1.700 tra docenti, ricercatori e personale tecnico amministrativo. Presenta un'offerta formativa completa, composta da 39 corsi di laurea, 41 corsi di laurea magistrale (di cui 5 erogati interamente in lingua inglese) e 6 corsi di laurea magistrale a ciclo unico, coordinati da 9 Dipartimenti.

All'interno delle strutture dell'Università di Parma si svolgono attività di ricerca scientifica di importanza mondiale. Gli obiettivi raggiunti da gruppi di ricerca, le numerose pubblicazioni sulle principali riviste scientifiche internazionali e l'elevato numero di collaborazioni con prestigiose Università straniere testimoniano tale livello di eccellenza. Gli ambiti di ricerca dell'Ateneo sono molteplici, dall'agroalimentare alle biotecnologie, dall'innovazione farmaceutica alla medicina sperimentale, senza dimenticare il valore degli studi di ambito giuridico, economico e umanistico. Tra i maggiori contributi ricordiamo le scoperte sui "neuroni specchio" da parte dei ricercatori delle Neuroscienze e le ricerche dello spin-off VisLab nel campo dell'Ingegneria dell'informazione che hanno portato all'ideazione di veicoli autonomi senza guidatore.

GS1 Italy

GS1 Italy è l'associazione senza scopo di lucro che riunisce 35 mila 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 sviluppa e mantiene gli standard più usati al mondo per la comunicazione tra imprese. Siamo conosciuti per il codice a barre, definito dalla BBC come una delle "50 cose che hanno reso globale l'economia". Gli standard GS1 migliorano l'efficienza, la sicurezza e la visibilità delle supply chain attraverso i canali fisici e digitali in 25 settori.

Il network GS1 è presente in 112 paesi, con 1,5 milioni di aziende utenti e 6 miliardi di transazioni ogni giorno: dimensioni che dimostrano come gli standard GS1 abbiano creato un linguaggio comune che supporta sistemi e processi in tutto il mondo.

GS1 Italy inoltre propone i processi condivisi ECR che hanno come obiettivo l'efficienza e l'innovazione nella filiera e che nascono dal dialogo e dal confronto tra Industria e Distribuzione.

Stage e placement: il corso segue i partecipanti nell'inserimento in azienda. Il 100% degli studenti del master delle precedenti edizioni 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.

Internazionalità: il corso vanta collaborazioni con istituti internazionali come l'Università di Stirling, l'Università di Edimburgo, la Stern School of Business di New York, la Kellogg School of Management e la Nielsen di Chicago e di Shanghai che potranno essere sede di viaggio studio.

Inoltre, è previsto l'intervento di docenti internazionali per cogliere le differenze. Il programma didattico prevede, inoltre, una parte intensiva di business english.

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 dell'Industria e della Distribuzione, del mondo accademico, della consulenza e della formazione di settore.

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

Supporto economico: GS1 Italy fornisce, per ogni partecipante, un supporto economico di 6.500 euro pari al 50% della quota di iscrizione per incentivare i giovani talenti ad intraprendere questo percorso nel mondo dell'Industria e della Distribuzione.

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

Lo stage di sei mesi, previsto al termine del master, rappresenta una fase importante per agevolare l'inserimento in azienda.

Grazie a GS1 Italy e all'attività di orientamento garantita dall'organizzazione, i partecipanti hanno l'opportunità di entrare nel mondo del lavoro.

Gli sbocchi professionali

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.

Altromercato
Apoteca Natura
Auchan
Avanzi Holding
Barilla Group
Biscotti Gentilini
Bonatti
Bosch
Bolton Group
Bulgari-gruppo LVMH
Calzedonia
Cameo
Cariparma
Carrefour
Catalina Marketing
Champion Europe
Chiesi Farmaceutici
Coca-Cola HBC Italia
Conad
Coop Alleanza
CPLG Italia

Crai
Credem
Decathlon
Despar Nordest
Esselunga
Gruppo Inditex
Gruppo Pam
Gruppo Preziosi
Havi Logistic
Heineken
Ikea
Kellogg Company
Kolibrand
L'Oréal Italia
La Feltrinelli
La Rinascente
Leroy Merlin Italia
Lidl
Liu Jo
Luxottica Group
Mavi Drink

Max Mara Fashion Group
McDonald's Corporation
Megamark
Mercadona
Metro Italia Cash And Carry
Nestlé
Ovs
Pinko
Reckitt Benckiser
Samsung Electronics Italia
Selex Gruppo Commerciale
Sigma
Simply Market
The European House-Ambrosetti
The Nielsen Company
Tigros
Unes
Unieuro
Vodafone Italy
Walber
Yoox Group

Business english

I corsi di inglese si concentrano nella giornata del venerdì di ogni settimana.

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

Il primo livello:

- consolidamento della base linguistica presente;
- introduzione di nuovi vocaboli e di forme utilizzate in ambito professionale;
- valorizzazione e stimolo delle skill acquisite.



INTERNAZIONALITÀ
STUDY TOUR

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.

International week

L'obiettivo del modulo è quello di incontrare manager e docenti internazionali per cogliere i diversi aspetti dei mercati esteri di riferimento.

Nelle passate edizioni hanno partecipato: John Dawson, University of Edimburgh (UK), Andrea Bonezzi, Stern School of Business, New York (USA), Marta Frassetto, University of Valencia - Valencia (Spain), Edmund O'Callaghan, DIT College of Business - Dublin (Ireland), Thomas Roeb, University of Bonn - Rhein-Sieg (Germany), Christoph Teller, University of Surrey - Guildford (UK) e Francisco Javier Rondán-Cataluña, University of Sevilla (Spain).

Study tour

Il corso si conclude con lo study tour 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, che sono state mete delle precedenti edizioni e che hanno consentito agli studenti di conoscere da vicino alcune delle realtà distributive più innovative, come Alibaba, Hema Fresh, RT-Mart Hypermarket Shop Rite, Trader's Joe, Wal Mart, Walgreens, Wegmans, Whole Foods e YH Supermarket.

Il corso è strutturato in sei mesi d'aula e sei mesi di stage: inizia a novembre e si conclude con la presentazione dei risultati del Field Project.

La settimana e la metodologia didattica

La formazione in aula si sviluppa in 40 ore settimanali dal lunedì al venerdì:

- 09:00-13:00 vengono approfonditi contenuti attraverso lezioni/discussioni con docenti e manager;
- 14:00-18:00 lezioni interattive che prevedono discussioni di casi, esercitazioni, role playing, management tool, ecc..

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;
- testi e manuali universitari dei docenti;
- rassegna stampa giornaliera;
- abbonamenti a riviste di settore. Inoltre potranno usufruire dell'accesso alla Biblioteca del Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali dell'Ateneo.

REALIZZA IL TUO
FUTURO



Comportamento organizzativo e team building

Il percorso d'aula mette 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: skill e grado di motivazione.
- Dinamiche e conduzione del gruppo.
- Definizione del patto formativo.

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 fondamentali di marketing.
- Le sfide competitive delle imprese del largo consumo.

Accounting

Il modulo offre 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.

Business statistics

Il modulo è finalizzato a trasferire ai partecipanti 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.

Shopper marketing & omnichannel distribution

Il percorso di specializzazione analizza 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.

Retail format

Una volta analizzati gli scenari strategici, si entra nel vivo delle leve gestionali.

- 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.

Category management

Il modulo inizia con l'analisi delle classificazioni ufficiali degli assortimenti per poi passare ai temi della condivisione informativa tra Industria e Distribuzione. In questa fase è coinvolta GS1 Italy e vengono invitati 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.

Space management & instore marketing

Il modulo affronta la gestione degli spazi nella logica del physical branding.

- 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.

Data management & pricing policy

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 aiutano gli studenti 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.

Supply chain management

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.

Trade marketing & sales management

Il modulo affronta il tema della gestione dei canali distributivi nella prospettiva delle aziende industriali, per 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.

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.

- 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.

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

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

Lo staff

Davide Pellegrini

Direttore scientifico

mail: davide.pellegrini@unipr.it

tel: 0521 032011

Silvia Bellini

Coordinamento didattico

mail: silvia.bellini@unipr.it

tel: 0521 032416

Maria Chiara Alfieri

Responsabile organizzazione

mail: retail@unipr.it

tel: 0521 032027

Erika Frare

Training executive

GS1 Italy

mail: erika.frare@gs1it.org

tel: 02 777212330

Steering committee

19

Silvia Scalia

ECR and training director

Davide Pellegrini

Direttore scientifico

2 Consiglieri

GS1 Italy

2 Responsabili tecnici

ADM e IBC

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

Gianandrea Abbate
Emotional Marketing

Giacomo Allena
Value Lab

Antonella Altavilla
Consulente Aziendale

Alberto Ancarani
Coop Italia

Stefano Anceschi
Lidl Italia

Gianluca Annoni
Catalina Marketing

Antonella Atteno
Nielsen Italia

Andrea Ausili
GS1 Italy

Federico Balocco
Lidl Italia

Cinzia Barbavara
Esselunga

Claudio Baroni
Nestlè Group Italy

Moreno Batani
Conad

Stefano Belletto
Amazon

Silvia Bellini
Università di Parma

Andrea Bernini
Value Lab

Gessica Bertolini
Lidl Italia

Silvia Bianco
Gruppo Carrefour

Massimo Bolchini
GS1 Italy

Renato Bonaglia
Amica Natura - Alccass

Marta Bonalume
Amazon

Andrea Bonezzi
Stern School of Business NY

Elena Borgonovi
Calzedonia Group

Amitav Chakravarti
Stern School of Business NY

Chiara Canedoli
Barilla

Maria Grazia Cardinali
Università di Parma

Daniele Civini
Bravo Solution SpA

Igino Colella
IES S.a.s.

Caterina Carpentiere
Gruppo Carrefour

Emanuela Casalini
GS1 Italy

Miriam Grosso Ciponte
Esselunga

Mauro Clara
Ferrero

Paola Colangelo
Esselunga

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

Anna Maria Dallagiovanna
Consulente aziendale

Romolo De Camillis
Nielsen Italia

Francesco Del Porto
Barilla

Alessandra Di Franco
Mondelez

Lorenzo Diominici
Nielsen Italia

Ivano Dolciotti
Consulente aziendale

Francesco Dragoni
Value Lab

Chantal Echterhagen
Aldi

Massimo Fabbro
Dinn design

Enzo Facchini
Pfizer

Nicola Ferrajolo
Nielsen Italia

Marco Ferrara
Amazon

David Finardi
Sinapsi Group

Edoardo Fornari
Università Cattolica

Federica Francucci
Coca-Cola

Marta Frasquet
University of Valencia

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

Vito Gulli
Imprenditore

Marco Ieva
Università di Parma

Ilaria Ievoli
Fater

Elena Lia
GS1 Italy

Frederico Lopes de Mendonça
Esselunga

Beatrice Luceri
Università di Parma

Manuela Piera Maria Mallia
Metro Italia Cash and Carry

Roberto Marcatelli
Fater

Cecilia Marchi
Value Lab

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

Giada Necci
GS1 Italy

Francesca Negri

Università Cattolica

Alessio Pace

Metro Italia Cash and Carry

Enrico Pandian

CheckOut Technologies

Alessandra Pastorio

Bricocenter Italia

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

Francesco Potenza

Parmalat

Davide Rainieri

Parmalat

Loretta Raffaelli

Nordiconad

Francesca Ravaglia

Barilla

Mirko Repetto

GS1 Italy

Antonello Ricco

Auchan

Maria Elena Rivola

Conad

Valerio Rocchetti

SlamJam

Thomas Roeb

Hochschule Bonn-Rhein-Sierrg

Francisco Javier Rondán-Cataluña

University of Sevilla

Luigi Rubinelli

Retail Watch

Giovanna Ruggieri

Metro Italia Cash and Carry

Edoardo Sabbadin

Università di Parma

Anna Salaris

Bricocenter Italia

Rossana Salati

Logistic Consulting

Giorgio Santambrogio

Gruppo Végé

Chiara Scarfi

Calzedonia Group

Iacopo Scarparo

Calzedonia Group

Roberto Selva

Esselunga

Henry Sichel

Caffeina

Leopoldo Solari

Barilla

Tiziano Tassi

Caffeina

Christoph Teller

Campus University of Surrey

Sara Thomas

Docente lingua inglese

Giulia Trotta

Fater

Giacomo Trovato

Amazon

Donata Tania Vergura

Università di Parma

Linda Vezzani

GS1 Italy

Antonello Vilardi

Retail Watch

Paolo Zalera

Università di Parma

Cristina Zerbini

Università di Parma

Cristina Ziliani

Università di Parma

Giuseppe Zuliani

Conad



Informazioni e quota di partecipazione

Sede

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 laureati di primo livello e laureandi in possesso del titolo di laurea al 31 dicembre 2018.

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

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

- Certificato di Laurea;
- 2 foto tessera.

Le selezioni vengono realizzate attraverso i seguenti strumenti diagnostici:

- Titolo di studio e votazione conseguita;
- Età massima 28 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.

Inizio

Novembre 2018

Date di selezione

20 giugno 2018
18 luglio 2018
7-21-28 settembre 2018
5-12-26 ottobre 2018

Quota di partecipazione

Grazie al supporto economico fornito dalle aziende associate a 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 tre soluzioni:

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

* Quota non rimborsabile salvo il caso in cui il corso non venga attivato.

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 post-universitari.

Per maggiori informazioni si consiglia di consultare:

www.retail-master.com





0521 032028/032303



retail@unipr.it



www.retail-master.com

Segui il Master in Retail and Brand Management di GS1 Italy su:



#GS1Academy