

**STORE AND RETAIL MANAGER**  
**Tecnico Superiore in Store and Retail Management**

**PIANO DI STUDI 2024-2026**

<b>MODULI FORMATIVI</b>	<b>ORE I ANNO</b>	<b>ORE II ANNO</b>	<b>ORE TOTALI</b>
INGLESE TECNICO	30	25	55
TECNICHE DI COMUNICAZIONE	25		25
TEAM WORKING		20	20
MATEMATICA E STATISTICA APPLICATA	20		20
SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO	16	8	24
LEGISLAZIONE ALIMENTARE	15	10	25
ORGANIZZAZIONE AZIENDALE	20		20
TECNICHE DI GESTIONE DELLA QUALITÀ E PERFORMANCE MANAGEMENT		20	20
PROJECT MANAGEMENT		20	20
INFORMATICA E MULTIMEDIALITÀ	30		30
STRUMENTI DIGITALI DI LAVORO COLLABORATIVO	20		20
ANALISI, UTILIZZO E PROTEZIONE DEI DATI DIGITALI		20	20
SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE E DELLE PRODUZIONI AGROALIMENTARI	15		15
RICERCA ATTIVA DEL LAVORO	20		20
SVILUPPO IDEE IMPRENDITORIALI		15	15
FILIERE DEL SISTEMA AGROALIMENTARE ITALIANO	20	10	30
CERTIFICAZIONE DEI PRODOTTI ALIMENTARI E TIPICITÀ	25		25
COMPOSIZIONE DELLE MERCEOLOGIE ALIMENTARI	15		15
SICUREZZA ALIMENTARE E HACCP	20		20
FONDAMENTI DI MARKETING: SEGMENTAZIONE, TARGETING E POSIZIONAMENTO	25		25
TECNICHE DI VENDITA, NEGOZIAZIONE E SALES MANAGEMENT	15	15	30
COMMERCIALIZZAZIONE E VALORIZZAZIONE DEI PRODOTTI ALIMENTARI DEL	20		20
ANALISI DEL CONSUMATORE, EVOLUZIONE DEL COMPORTAMENTO DI ACQUISTO E	30	15	45
RICERCHE DI MARKETING E CONSUMER SCIENCE	15		15
GEOMARKETING E STRATEGIE DI LOCALIZZAZIONE		10	10
BIG DATA MARKETING		20	20
ANALISI DELLA CONCORRENZA COMMERCIALE	15		15
MARKETING DELLA DISTRIBUZIONE ALIMENTARE E GESTIONE DEL RETAIL MIX	20		20
PRICING COMMERCIALE E GESTIONE DELLE PROMOZIONI DEI PRODOTTI AGRIFOOD	15		15
AI E OTTIMIZZAZIONE DEI PROCESSI	14	15	29
DIGITAL MARKETING E E-COMMERCE PER IL SETTORE ALIMENTARE	20	20	40
SOSTENIBILITÀ NELLE POLITICHE DISTRIBUTIVE IN AREA ALIMENTARE	15	15	30
MERCHANDISING E COMUNICAZIONE IN PUNTO VENDITA	20		20
VISUAL MERCHANDISING	20		20
LOGISTICA, SUPPLY CHAIN E OPERATION	25		25
BUDGETING E CONTROLLO DI GESTIONE	10		10
ASPETTI LEGISLATIVI LEGATI ALLA DISTRIBUZIONE COMMERCIALE	30		30
COMUNICAZIONE DI IMPRESA E NEW BUSINESS MEDIA MANAGEMENT		15	15
TECNOLOGIE DIGITALI IN STORE		15	15
TECNICHE DI ASCOLTO ATTIVO DEL CLIENTE		15	15
DATA DRIVEN COLLABORATION: ANALISI DELLE RELAZIONI VERTICALI DI FILIERA		15	15
CATEGORY MANAGEMENT E STRATEGIE DI GESTIONE DEGLI ASSORTIMENTI DEL PUNTO		20	20
SCENARI EVOLUTIVI E PROSPETTIVE DI GESTIONE DELLA MARCA DEL DISTRIBUTORE		20	20
MERCHANDISING E COMUNICAZIONE IN PUNTO VENDITA		15	15
CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT E SCENARI PER LA LOYALTY		20	20
EXPERIENTIAL MARKETING E PERSONALIZZAZIONE NELLE POLITICHE COMMERCIALI		15	15
INNOVAZIONE NEL RETAILING NELL'ERA DELL'OMNISCANALITÀ		15	15
ORGANIZZAZIONE DEGLI ACQUISTI E DEGLI APPROVVIGIONAMENTI		25	25
BUDGETING E CONTROLLO DI GESTIONE		30	30
ANALISI DEI COSTI DI PUNTO VENDITA		22	22
GESTIONE DEL MAGAZZINO E DEI RAPPORTI DI FORNITURA		20	20
ECONOMICS E GESTIONE FINANZIARIA DI PUNTO VENDITA		25	25
LEADERSHIP ED IMPRENDITORIALITÀ NEL RETAIL		15	15
GESTIONE DELLE RISORSE UMANE, ODL E ORGANIZZAZIONE DEI PROCESSI		25	25
STRUMENTI DI PIANIFICAZIONE E GESTIONE DEI SISTEMI COMPLESSI		15	15
STAGE	400	400	800
<b>TOTALE</b>	<b>1000</b>	<b>1000</b>	<b>2000</b>