

International Retail and Distribution

Augusto Zumbo

Semester: I

Credits: 5

MAN0130 ALTRE ATTIVITÀ IN LINGUA I

MAN0192 ALTRE ATTIVITÀ IN LINGUA V

Course Description

Goods and services are available everywhere, for final consumers and companies, through traditional physical distribution and increasingly through the virtual distribution associated with all e-commerce. Globalization has removed the physical boundaries between countries, individuals and companies that regulate the world - multinationals - are the real leader actors nowadays. This course aims to provide a basic picture of this economic environment.

The course focuses on the international distribution environment and will cover the following topics: introduction to the value added chain; the distribution system of international service, the value added services, the pricing system, the role of the public administration. An essential part of the time spent in class will be devoted to discussions, covering current news and using cases for interaction between participants.

Learning Objectives

Key (Assessed) Learning Outcomes: <Understand the framework of the distribution of goods and services for individuals and companies in international trade, through the establishment of a commercial company operating in consumer technology.>

Supplemental Learning Outcomes: <Build your own business case, present it and publicly validate it.>

Teaching and Learning

The course will be carried out with a combination of lectures, practical workshops and class discussions; in ten sessions of three and a half hours each.

Students will be expected to actively participate, work in teams and be prepared to think critically and actively when questioned.

Students in addition will be required to read a variety of material - such as case studies and articles - before and during the lesson and be prepared to discuss it within their team and/or individually.

Finally, students are required to attend all scheduled lessons, exams, presentations, simulations, discussion groups. An absence for any reason, with the exception of those pre-authorized, will be considered an unjustified absence. Students who miss more than two (2) days of scheduled class / activity due to unwarranted absences will fail the course.

Prerequisites

The course is completely taught in English and requires a high level of interactions, so it is highly recommended to have a good command of the English language. Passive participation is not allowed nor welcomed.

It is also recommended that you have completed an international marketing and/or basic sales course. It is also preferable to have completed a course in commercial distribution theory.

The course is limited to 40 students; furthermore, it is limited to students from the second year onwards.

Course detail

Part I – Distribution

- Introduction to commercial distribution;
- Sales of products and services;
- The value added chain.

Part II – Pricing

- The pricing components of the supply chain;
- The subsidy system in IT and Telecommunication industry;
- Pricing a product vs. pricing a service.

Part III – Value Added Services

- The components of the VAS;
- Accessibility and usability;
- Differentiation and diversification strategy in distribution.

Part IV – M-Government

- The role of the Public Administration;
- The pricing system;
- Costs and benefits of m-literacy.

Method and weighting of assessment

Final written text: 40%

Written Case (Team Submission and in class discussion): 40% (20% at Group level + 20% at individual level)

In Class Participation: 20%

Course Materials

Essential Readings

All class activities will be supported by instructor slides.

In addition, the class will use a selection of case studies and articles.

Recommended Publications and Online Resources

Wall Street Journal –	https://www.wsj.com
Bloomberg Business week	https://www.bloomberg.com/businessweek
The Economist -	www.economist.com
about wireless industry	https://www.wireless4innovation.it/
about security on IT and TELCO	https://www.schneier.com/
about telecom industry	https://www.strategyanalytics.com/
about Italian consumer electronic industry	http://www.e-duesse.it/
about wireless industry	https://www.mobileworldlive.com/
about Italian communication industry	https://www.corrierecomunicazioni.it/

International Retail and Distribution

Augusto Zumbo

Semestre: I

Crediti: 5

MAN0130 ALTRE ATTIVITÀ IN LINGUA I

MAN0192 ALTRE ATTIVITÀ IN LINGUA V

Obiettivi del corso

Beni e servizi sono disponibili ovunque, per consumatori finali e aziende, attraverso la tradizionale distribuzione fisica e attualmente sempre più attraverso la distribuzione virtuale associata all'e-commerce. La globalizzazione ha rimosso i confini fisici tra i Paesi, gli individui e le aziende che operano in tutto il mondo – le multinazionali – sono i protagonisti al giorno d'oggi. Questo corso vuole fornire un quadro di base di questo ambiente.

Il corso si concentrerà sull'*ambiente della distribuzione internazionale*, e coprirà i seguenti argomenti: l'introduzione alla catena del valore; il sistema della distribuzione di beni e servizi internazionale, la vendita dei servizi a valore aggiunto, la definizione del pricing, il ruolo della pubblica amministrazione nella distribuzione dei servizi. Una parte essenziale del tempo trascorso in classe sarà dedicata alle discussioni, coprendo le notizie di attualità e utilizzando i casi per facilitare l'interazione tra i partecipanti.

Risultati dell'apprendimento attesi

Risultati chiave (valutati) di apprendimento: <Comprendere il panorama della distribuzione di beni e servizi per individui ed aziende nel commercio internazionale, attraverso la costituzione di una azienda commerciale operante nella tecnologia consumer.>

Risultati di apprendimento supplementari: <Costruire il proprio business case, presentarlo e validarlo pubblicamente.>

Struttura del corso

Il corso sarà svolto con una combinazione di lezioni (*lecture*), workshop pratici e discussioni in classe; in dieci sessioni di tre ore e mezza ciascuna.

Gli studenti saranno tenuti a partecipare attivamente, lavorare in team ed essere pronti a pensare in modo critico e attivo quando interrogati.

Gli studenti saranno inoltre tenuti a leggere una varietà di materiale – come casi di studio e articoli – prima e durante la lezione ed essere pronti a discuterne all'interno del proprio team o individualmente.

Gli studenti sono infine tenuti a frequentare tutte le lezioni programmate, gli esami, le presentazioni, le simulazioni, i gruppi di discussione. Un'assenza per qualsiasi motivo, ad eccezione di quelle pre-autorizzate, sarà considerata un'assenza ingiustificata. Gli studenti che perdono più di due (2) giorni di classe/attività programmata a causa di assenze ingiustificate falliranno il corso.

Prerequisiti

Il corso è completamente tenuto in inglese e richiede un alto livello di interazioni, quindi è altamente raccomandato avere una buona padronanza della lingua inglese. L'ascolto passivo non è consentito né gradito.

Si raccomanda inoltre di aver completato un corso di marketing internazionale e/o di vendite di base. È preferibile anche aver completato un corso di teoria della distribuzione commerciale.

Il numero massimo di studenti che possono iscriversi al corso è 40. Inoltre, è possibile iscriversi solo dal secondo anno in poi.

Programma

Part I – Distribution

- Introduction to commercial distribution;
- Sales of products and services;
- The value added chain.

Part II – Pricing

- The pricing components of the supply chain;
- The subsidy system in IT and Telecommunication industry;
- Pricing a product vs. pricing a service.

Part III – Value Added Services

- The components of the VAS;
- Accessibility and usability;
- Differentiation and diversification strategy in distribution.

Part IV – M-Government

- The role of the Public Administration;
- The pricing system;
- Costs and benefits of m-literacy.

Modalità di verifica dell'apprendimento

Final written text: 40%

Written Case (Team Submission and in class discussion): 40% (20% at Group level + 20% at individual level)

In Class Participation: 20%

Bibliografia

Lecture essenziali

Tutte le attività saranno supportate da materiale distribuito anticipatamente dal professore. Inoltre, nel corso si utilizzerà una selezione di casi di studio ed articoli.

Lecture raccomandate e risorse online

Wall Street Journal –

<https://www.wsj.com>

Bloomberg Business week

<https://www.bloomberg.com/businessweek>

The Economist -

www.economist.com

about wireless industry

<https://www.wireless4innovation.it/>

about security on IT and TELCO

<https://www.schneier.com/>

about telecom industry

<https://www.strategyanalytics.com/>

about Italian consumer electronic industry

<http://www.e-uesse.it/>

about wireless industry

<https://www.mobileworldlive.com/>

about Italian communication industry

<https://www.corrierecomunicazioni.it/>