

International Retail and Digital Transformation

Prof. Augusto Zumbo

Semester: I

Credits: 6

Laboratorio Professionalizzante I – MAN844

Laboratorio Professionalizzante II – MAN845

Course Description

Goods and services nowadays are available everywhere, for final consumers and companies, through traditional physical distribution and increasingly through the virtual distribution associated with all e-commerce opportunities. 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 for international service, the value added services, the pricing system, the role of the public administration, the omni-channel alongside the cross-channel approach for modern distribution, the ongoing digitization process in international distribution, the end of life of physical products and the new professional skills needed to support digital development. An essential part of the time spent in class will be also dedicated to plenary discussions, covering current news and using cases for interaction between participants.

Learning Outcomes

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 new commercial company operating in consumer technology.

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

At the end of the course, the student should know/be able to:

- 1) Knowledge and understanding the international context in which the company operates.
- 2) Ability to apply knowledge and understanding: determined by active participation in building one's business case.
- 3) Making judgments: verified through the understanding and evaluation of the group business cases presented in the classroom by one's own group in comparison with those of the other groups.
- 4) Communication skills: since all business cases, object of analysis, foresee the group and individual presentation in the classroom.
- 5) Learning skills: through the correct use of the international commercial terminology described and used during the course.

Teaching and Learning

The course will be carried out with a combination of lectures, practical workshops and class discussions; in sixteen sessions of three hours, each carried out in blended mode, therefore partly in the classroom, partly through teaching and remote participation.

Company testimonials may be provided to supplement the main teaching, the dates of which will be communicated and confirmed during the course itself.

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 PA pricing system;

- Costs and benefits of m-literacy.

Part V – Digital Retail

- The Omni-Channel approach vs the Cross-Channel approach;
- Blue revolution vs Green revolution;
- Consumers and retailers expectations.

Part VI – Waste Management

- The role of producers, retailers and consumers;
- The product EOL;
- EU regulations and expectation.

Method and weighting of assessment

Mid-term written text: 20%

Final written text: 30%

Written Case (Team submission and in-class discussion): 30% (of which 15% at Group level + 15% 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-uesse.it/
about wireless industry	https://www.mobileworldlive.com/
about Italian communication industry	https://www.corrierecomunicazioni.it/

International Retail and Digital Transformation

Prof. Augusto Zumbo

Semestre: I

Crediti: 6

MAN844 Laboratorio Professionalizzante I

MAN845 Laboratorio Professionalizzante II

Obiettivi del corso

Beni e servizi ai giorni nostri 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 veri 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 e costruzione del *pricing*, il ruolo della pubblica amministrazione nella distribuzione dei servizi, l'omni-canalità affiancata alla cross-canalità della distribuzione moderna, la digitalizzazione nella distribuzione internazionale, il fine vita dei prodotti fisici e le nuove professionalità necessarie a supportare lo sviluppo digitale. Una parte essenziale del tempo trascorso in classe sarà inoltre dedicata alle discussioni in plenaria, 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 nuova azienda commerciale multinazionale operante nell'ambito della tecnologia consumer. Risultati di apprendimento supplementari: Costruire il proprio business case, presentarlo e validarlo pubblicamente.

Al termine dell'insegnamento lo studente dovrà conoscere/essere in grado di:

- 1) Conoscenza e capacità di comprensione: conoscenza e comprensione del contesto internazionale in cui opera l'azienda.
- 2) Capacità di applicare conoscenza e comprensione: determinata dalla partecipazione attiva alla costruzione del proprio business case.
- 3) Autonomia di giudizio: verificata attraverso la comprensione e valutazione dei business case di gruppo presentati in aula da parte del proprio gruppo a confronto con quelli degli altri gruppi.
- 4) Abilità comunicative: poiché tutti i business case, oggetto di analisi, prevedono la presentazione di gruppo ed individuale in aula.
- 5) Capacità di apprendimento: attraverso il corretto utilizzo della terminologia commerciale in ambito internazionale descritta ed utilizzata durante il corso.

Struttura del corso

Il corso sarà svolto con una combinazione di lezioni (*lecture*), *workshop* pratici e discussioni in classe; in sedici sessioni di tre ore ciascuna svolti in modalità *blended*, in parte quindi in aula, in parte attraverso l'insegnamento e la partecipazione da remoto.

Sono eventualmente previste testimonianze aziendali ad integrazione della didattica principale, le cui date di effettuazione verranno comunicate e confermate durante lo svolgimento del corso stesso.

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.

Programme

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 PA pricing system;

- Costs and benefits of m-literacy.

Part V – Digital Retail

- The Omni-Channel approach vs The Cross-Channel approach;
- Blue revolution vs Green revolution;
- Consumers and retailers expectations.

Part VI – Waste Management

- The role of producers, retailers and consumers;
- The product EOL;
- EU regulations and expectations.

Modalità di verifica dell'apprendimento

Mid-term written text: 20%

Final written text: 30%

Written Case (Team submission and in-class discussion): 30% (15% at Group level + 15% at individual level)

In Class Participation: 20%

Bibliografia

Lecture essenziali

Tutte le attività saranno supportate da materiale distribuito anticipatamente dal docente. 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-duedesse.it/
about wireless industry	https://www.mobileworldlive.com/
about Italian communication industry	https://www.corrierecomunicazioni.it/