



Master universitario di I livello in

Retail, Marketing & Digital Innovation

scheda allegata al bando per l'ammissione ai corsi per master universitario

anno accademico 2026/2027

Istituito ai sensi del D.M. 22/10/2004 n. 270, realizzato ai sensi dell'art. 8 del Regolamento Didattico di Ateneo e del Regolamento Master Universitari e Formazione finalizzata e permanente (pubblicato al link <https://www.unipr.it/documenti/regolamento-master-universitari-e-formazione-finalizzata-e-permanente>) con Decreto Rettorale in via d'urgenza n. 860/2026 del 09/06/2026

Informazioni didattiche	Dipartimento proponente: Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali Nome Presidente: Prof. Davide Pellegrini Contatti per informazioni didattiche: davide.pellegrini@unipr.it 0521- 902011 - retail@unipr.it
Durata	Annuale
Ambito	Attività Imprenditoriali e Commerciali
Periodo di inizio delle attività didattiche del Corso	Gennaio 2027
Sede	Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali - Centro S. Elisabetta-Parco area delle scienze, 95- Campus Univ.
Modalità di erogazione delle attività formative	MISTA: 5 giorni lavorativi a settimana dal lunedì al venerdì di cui 4 in presenza in aula a Parma o Milano dalle 9:00 alle 18:00 e 1 con didattica erogata a distanza sincrona dalle ore 9:00 alle 18:00
Sito web del corso	www.retail-master.com
Credi formativi universitari rilasciati	60
Modalità di frequenza e percentuale minima richiesta	
80% didattica frontale sia in presenza che da remoto e il 100% delle ore di stage	
Modalità di accesso: Titoli ed Esame :	
<ul style="list-style-type: none">• Colloquio individuale conoscitivo e motivazionale.• Test logica verbale e numerica	



- Prova di conoscenza della lingua inglese.

Profilo professionale che il corso intende formare il Master forma professionisti ad elevata specializzazione in grado di governare l'intera catena del valore nel settore del Largo Consumo (FMCG). Grazie a una metodologia esperienziale che integra teoria avanzata, workshop pratici e un costante potenziamento del Business English, il discente sviluppa un profilo ibrido e trasversale, altamente competitivo sul mercato. La figura in uscita si distingue per una solida padronanza analitica — supportata dall'uso professionale di strumenti per l'analisi dei dati di consumo come Excel, SPSS e Access— unita a una gestione dinamica dell'innovazione digitale e dei canali omnicanale. Al rigore tecnico si affianca una profonda maturazione delle capacità trasversali, acquisita attraverso un percorso dedicato di Soft Skills e Leadership. Il profilo formato sviluppa competenze critiche nel Change Management, nel pensiero critico e nell'autoanalisi decisionale, diventando il ponte ideale tra la visione strategica e l'azione operativa in contesti internazionali complessi.

Descrizione dei contenuti e dei moduli formativi: i contenuti del Master sono strutturati per fornire una visione strategica e analitica del settore del largo consumo italiano ed internazionale, approfondendo le responsabilità di ogni funzione aziendale lungo l'intera catena del valore delle imprese food e non food. Il percorso si distingue per un approccio Data-Driven, integrando l'utilizzo professionale di software gestionali e statistici (come Excel, SPSS e Access) per l'analisi dei comportamenti di acquisto e delle performance di settore. La didattica, fortemente esperienziale, prevede che circa il 40% delle ore d'aula sia dedicato a seminari, store check e testimonianze dirette di manager leader del settore. È previsto lo sviluppo delle competenze trasversali attraverso un Laboratorio di Soft Skills integrato, volto a potenziare il pensiero critico, l'intelligenza emotiva e la capacità di guidare processi di Change Management in contesti organizzativi complessi. Il carattere internazionale del Master è garantito da un modulo dedicato al Business English, gestito da docenti madrelingua per consolidare il lessico specialistico del marketing e del management. Il percorso culmina in uno study tour all'estero (presso sedi prestigiose come l'Università di Stirling, l'Università di Edimburgo, la Stern School of Business di New York, la Kellogg School di Chicago o le sedi Nielsen di Chicago, New York e Shanghai), che consente di confrontare i modelli studiati con i mercati più evoluti e visitare i punti vendita più innovativi del panorama globale.

Tirocinio:

Il tirocinio prevede un affiancamento da parte del tutor aziendale e del tutor universitario, al termine del percorso lo studente deve produrre un project work che sarà oggetto di valutazione da parte del comitato scientifico del Master. Il periodo di stage rappresenta un'esperienza lavorativa all'interno delle più importanti aziende operanti nel settore del largo consumo, interessate a ospitare i candidati del Master.

Piano didattico

INSEGNAMENTI	CFU
CONSUMER BEHAVIOUR ANALYSIS	2
FORMAT & SERVICE DESIGN	3
OMNICHANNEL CATEGORY MANAGEMENT	3
SPACE MANAGEMENT	2
PRICE & PROMO MANAGEMENT	3
TRADE MARKETING	3
SALES & PURCHASE MANAGEMENT	2
MEDIA PLANNING CRM & LOYALTY	5
E-COMMERCE	2
LOGISTIC & STORE AUTOMATION	3



DATA ANALYTICS & BUSINESS STATISTICS	3
FINANCIAL ACCOUNTING & PERFORMANCE MANAGEMENT	3
BUSINESS ENGLISH FOR MARKETING	4
LABORATORIO DI SOFT SKILLS & TEAM BUILDING	2
Stage (375 ore)	15
Prova finale	5
Requisiti di accesso: l'ammissione al Corso è subordinata al superamento di una selezione alla quale possono partecipare coloro che, alla data della selezione sono in possesso di uno dei seguenti titoli di studio: - laurea conseguita ai sensi del D.M. 509/1999 o del D.M. 270/2004; - titolo di studio universitario di durata almeno triennale conseguito secondo gli ordinamenti precedenti il D.M. 509/1999; - Titolo equipollente rilasciato all'estero, riconosciuto idoneo in base alla normativa vigente dal Comitato Esecutivo ai soli fini di iscrizione al corso.	
POSTI A BANDO	
Minimo	12
Massimo	30
Apertura delle domande di iscrizione al concorso online	29/06/2026 alle ore 12
Chiusura delle domande di iscrizione al concorso online e termine ultimo pagamento degli oneri di ammissione al master di 30 euro (in nessun caso rimborsabile)	09/11/2026 alle ore 12
Contributo di immatricolazione € 7.816,00 <i>(comprensiva di € 16 per bollo virtuale)</i>	
Prima rata all'atto dell'immatricolazione: € 500,00	
Seconda rata (da pagare entro il 29/01/2027): € 3650,00	
Terza rata (da pagare entro il 05/03/2027): € 3.650,00	
Si precisa che, nel caso in cui il pagamento del contributo di immatricolazione sia effettuato da un'azienda o un Ente in nome e per conto della studentessa/studente il pagamento dovrà avvenire in un'unica soluzione all'atto dell'immatricolazione e comunicato tempestivamente attraverso apposito modulo (MODULO PER PAGAMENTO CONTRIBUTO DA PARTE DI AZIENDA-ENTE) scaricabile al seguente link: https://www.unipr.it/master-iscrizione inviato a master.formazionepermanente@unipr.it	
Uditori	
Numero massimo: 2	
Costo per uditori € 7.800,00 (l'importo è al netto dei bolli previsti per legge)	



Indirizzo di posta elettronica a cui inviare le domande di ammissione SOLO in veste di UDITORE: retail@unipr.it

ALLEGATI OBBLIGATORI ALLA DOMANDA ONLINE

- Curriculum vitae;
- Autocertificazione del titolo di Accesso scaricata dai sistemi informativi di Ateneo o redatta autonomamente da ciascun candidato;
- Nel caso in cui il titolo di Accesso sia stato conseguito all'estero allegare documentazione richiesta da bando all'art. 2-Requisiti di ammissione

ALLEGATI FACOLTATIVI ALLA DOMANDA ONLINE

- Conoscenza delle lingue straniere
- Eventuale esperienza lavorativa pregressa
- Modulo prova a distanza scaricabile di seguito
- Modulo per pagamento contributo da parte di azienda/ente scaricabile di seguito

CALENDARIO DELLE PROVE DI AMMISSIONE

PROVA DI AMMISSIONE (titoli e colloquio):

DATA PROVA: 19, 20 e 23 novembre 2026

ORA: 9.00 -18.00

LUOGO: Campus Centro Santa Elisabetta - Parco Area delle Scienze 93/A, 42124 Parma

Descrizione: Colloquio individuale conoscitivo e motivazionale, test logica verbale e numerica, prova di conoscenza della lingua inglese.

Nel caso in cui non sarà possibile sostenere il colloquio in presenza, questo avverrà in modalità telematica utilizzando l'applicativo Zoom. I candidati per accedervi dovranno caricare l'apposito modulo durante la procedura di iscrizione alla selezione.

Sarà attivata nella data della prova di ammissione, una video call per l'espletamento in remoto del colloquio. I candidati dovranno disporre del collegamento audio e video e procedere all'identificazione esibendo un idoneo documento di identità.

Come garanzia di trasparenza, all'inizio del colloquio di selezione verranno comunicati ai presenti l'elenco e l'orario dei candidati che avranno optato per la modalità in remoto al fine di garantire ai candidati in presenza la possibilità di assistere a tali colloqui.

CALENDARIO DELL'IMMATRICOLAZIONE

PUBBLICAZIONE GRADUATORIA E APERTURA IMMATRICOLAZIONE: 04/12/2026 alle ore 12.00

CHIUSURA IMMATRICOLAZIONE: 18/12/2026 alle ore 12.00

Per info amministrative tecniche e operative: master.formazionepermanente@unipr.it