# Logistica e supply chain managememt

## Prof. Luca Lanini

***OBIETTIVO DEL CORSO E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI***

Il corso si propone di illustrare le caratteristiche e le opportunità della gestione integrata della catena dell’offerta (supply chain management) nel sistema economico assumendo a riferimento il paradigma della sostenibilità e la minimizzazione degli impatti ambientali. L’analisi è focalizzata sulla gestione produttiva, commerciale e distributiva delle merci e permette di mettere in evidenza lo sviluppo dell’outsourcing logistico ed il ruolo strategico assunto dagli operatori logistici terzi. L’approccio metodologico seguito è quello del “supply chain management” e dei canali di distribuzione (commerciali e logistici), dove l’azienda viene posizionata all’interno di un sistema di relazioni a monte ed a valle, di natura produttiva, commerciale e distributiva. Oggetto di studio saranno quindi le relazioni clienti/fornitori, il network commerciale e logistico (canali di distribuzione), le strategie degli attori, le tecniche di ottimizzazione e gestione dei flussi, sia fisici (merci) sia informativi (ICT). Secondo un approccio “casi di studio” verranno infine presentati alcuni casi d’impresa e modelli organizzativi di eccellenza (è prevista almeno una visita-studio in azienda).

Alla fine del corso, lo studente sarà in grado di:

* Leggere i processi riorganizzativi in atto nei sistemi economici alla luce delle relazioni a monte ed a valle fra clienti e fornitori;
* Analizzare in modo sinergico le relazioni fra i diversi anelli della produzione, commercializzazione e distribuzione delle merci;
* Interfacciarsi al meglio con i corsi di economia aziendale, marketing, economia internazionale;
* Valutare gli impatti della gestione della *supply chain* sull’ambiente e identificare soluzioni logistiche green.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

1. Fondamenti di logistica, Supply Chain Management e di “green logistics”: concetti, definizioni, evoluzione e metodologia d’analisi sul SCM e sulla logistica, gestione dei flussi fisici e informativi (ICT), processi di internazionalizzazione e di localizzazione, in relazione agli scenari competitivi;
2. Canali di commercializzazione: natura e rapporti di canale, forme distributive, marketing management, natura ed evoluzione dei rapporti contrattuali cliente/fornitore (relazioni verticali);
3. Canali logistici: la struttura fisica del supply network, piattaforme e magazzini logistici, gestione delle scorte, analisi della gestione logistica delle imprese industriali e di quelle commerciali (con un focus sulla grande distribuzione moderna);
4. Green logistics: impatto ambientale delle diverse modalità di trasporto; trasporto e mobilità sostenibile (nuovi carburanti, elettrico); impatto green sul packaging; logistica urbana delle merci ed e-commerce; logistica inversa o di ritorno (reverse logistics) e logistica dei prodotti resi; recupero, riutilizzo , gestione dei rifiuti, filiere di riciclo, RAEE
5. Le nuove sfide globali della logistica fra New Green Deal e cambiamenti geopolitici
6. Casi di studio: presentazione di alcuni casi di eccellenza nella gestione efficace e sostenibile della *supply chain* e della logistica, attraverso un focus su importanti imprese italiane in ambito produttivo, commerciale e logistico.

***BIBLIOGRAFIA[[1]](#footnote-1)***

Dispense e rassegna di articoli a cura del docente, che saranno rese disponibili su Blackboard.

Testi adottati:

* F. Dallari, Corso di logistica e trasporti, Hoepli, 2015.
* S. Cavalieri-R.Pinto, Orientare al Successo la Supply Chain, 2°ed, Isedi, 2015. [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/cavalieri-sergio-pinto-roberto/orientare-al-successo-la-supply-chain-9788880083795-257455.html)
* ECR – GS1 Italy, Logistica sostenibile: soluzioni e casi virtuosi dal largo consumo, settembre 2018 (scaricabile dal sito [www.gs1it.org](http://www.gs1it.org)

***DIDATTICA DEL CORSO***

Lezioni in aula, con il supporto del videoproiettore (documenti Word, Excel, Power Point).

Il corso prevede il coinvolgimento di manager per un totale di quattro ore di docenza.

Durante il corso saranno presentati alcuni casi aziendali.

Il corso non prevede ore di didattica al computer nè esercitazioni.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

Esame finale scritto della durata di 90 mimuti, con n°15 domande aperte ognuna di 2 p.ti per un totale di 30 p.ti.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

Lo studio e l’approfondimento dei temi svolti nel corso riguardano solo alcune parti dei testi sopra indicati, che verranno segnalate nel corso delle lezioni.

Prerequisiti: si richiede di aver seguito i corsi di economia e di marketing previsti dal programma del corso di studi fino al momento dell’inizio del presente corso.

Per ogni informazione utile, gli studenti sono invitati a consultare la pagina personale docente nel sito web dell’Università.

***ORARIO E LUOGO DI RICEVIMENTO DEGLI STUDENTI***

# Gli orari di ricevimento sono disponibili on line nella pagina personale del docente, consultabile al sito <http://docenti.unicatt.it/>

1. I testi indicati nella bibliografia sono acquistabili presso le librerie di Ateneo; è possibile acquistarli anche presso altri rivenditori. [↑](#footnote-ref-1)