



DIPLOMATURA  
INTERNACIONAL

# Retail Management



30 Abril 2024



09 Meses lectivos



Durante los últimos 20 años, **formamos profesionales y agentes de cambio** con impacto positivo en la sociedad.

Somos la única escuela de negocios en el Perú que posee la **Cuádruple Corona**, que garantiza los estándares de calidad educativa más altos del mundo.

DOS  
instituciones

**líderes  
unidas**

para  
traerte  
programas  
de clase  
mundial



Tras 64 de años de fundación, **formamos a los directivos del presente y del futuro** siendo una palanca para ellos hacia una exitosa carrera profesional. Impulsamos el desarrollo profesional de las personas con el fin de **contribuir a una sociedad más justa, solidaria y sostenible.**

# Acerca del Programa

El egresado de la **Diplomatura de Estudio Internacional Empresarial en Retail Management** tendrá conocimiento especializado en la gestión del retail moderno; ello le permitirá generar valor en su organización, a través de una gestión adecuada de todos los actores en las diferentes áreas del negocio.



**Modalidad Online:** Clases en tiempo real



**Lifelong Learning**

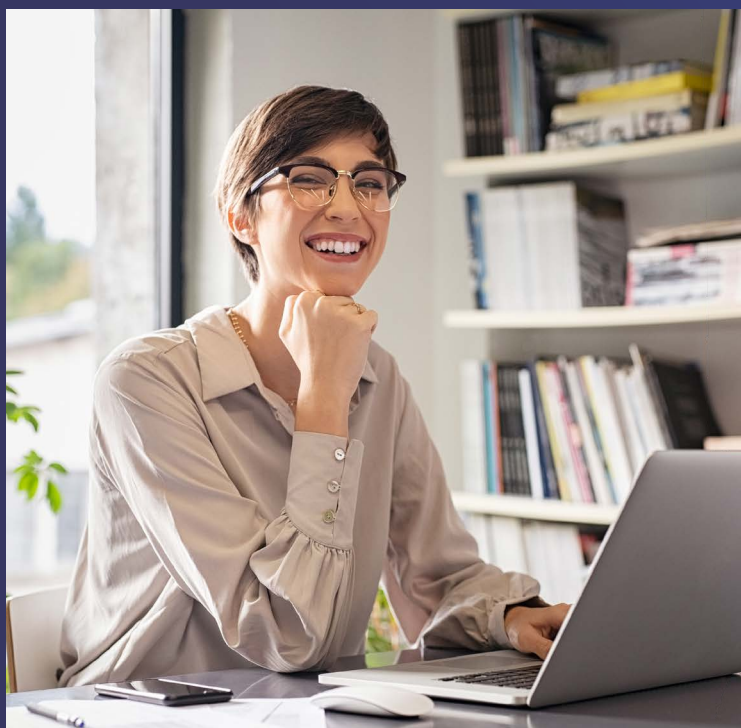
# Doble Certificación Internacional



 **Centrum PUCP**   
Diplomatura de Estudio Internacional  
Empresarial en Retail Management

**eada**<sup>®</sup>  
business school  
barcelona

 **EADA Business School**   
Programa Avanzado Internacional en Retail  
Management



## Objetivos

# 01

Dominar las herramientas de gestión de mercado minorista, necesarias en el retail moderno para plantear las estrategias y objetivos adecuados.

# 02

Analizar la situación actual del negocio retail, sus características y el valor agregado que ofrece.

# 03

Evaluar escenarios y definir una situación futura deseada en el sector retail.

# Contenido del Programa

1

## Surtido y Category Management

En category management y surtido se estudiará el proceso de administración de cada una de las categorías del producto del negocio, revisando el manejo de las marcas, precio y negociación con los proveedores. Estas herramientas atienden la optimización en la gestión del retail en un marco de no atender simplemente las necesidades del consumidor, sino de presentar un producto y cautivar la atención de este

<b>Sesión 1-2</b>	• Definición y Procesos del Categoría	<b>Sesión 3-4</b>	• Estructura y Plan del Surtido
<b>Sesión 5-6</b>	• Roles de la Categoría	<b>Sesión 7-8</b>	• Tácticas y Análisis de la Categoría
<b>Sesión 9-10</b>	• Reportes y Scorecard	<b>Sesión 11-12</b>	• Estrategias de las Categorías
<b>Sesión 13-14</b>	• Implementación del Plan de Categoría y Evaluación de la Categoría	<b>Sesión 15-16</b>	• Entrega y exposición de trabajos aplicativos • Examen Final

2

## Punto de Venta y Visual Merchadising

Se verán elementos de punto de venta y visual merchandising como herramientas estratégicas y técnicas para mejorar la visualización mediante la ubicación, atención al cliente y experiencia del cliente que motiven la compra y aumenten la rentabilidad de los productos. Asimismo se analizarán los tipos de planograma y cómo diseñarlos según las necesidades de la tienda

<b>Sesión 1-2</b>	• Conceptos Generales de PDV y Visual Merchandising	<b>Sesión 3-4</b>	• Funciones del Visual Merchandising
<b>Sesión 5-6</b>	• Elementos del Visual Merchandising	<b>Sesión 7-8</b>	• Estrategias del Visual Merchandising (Comportamiento del Consumidor)
<b>Sesión 9-10</b>	• Tipos de Escaparatismo	<b>Sesión 11-12</b>	• Objetivos Básicos y Factores del Escaparatismo
<b>Sesión 13-14</b>	• Tipos de Planograma	<b>Sesión 15-16</b>	• Entrega y exposición de trabajos aplicativos • Examen Final

3

## Gestión del Talento en el Retail

En gestión del talento en el retail revisaremos el proceso de reclutamiento, criterios de selección y proceso de incorporación para el personal adecuado según el modelo del negocio retail. También se abordarán temas de crecimiento personal y analizaremos la motivación del talento de la empresa.

**Sesión 1-2** • Dirección Estratégica de Personas

**Sesión 3-4** • Organización de la Función de HR

**Sesión 5-6** • Atracción, incorporación y vinculación de personas

**Sesión 7-8** • Aprendizaje Organizacional

**Sesión 9-10** • Validación del Potencial y Desarrollo de Talentos Clave

**Sesión 11-12** • Compensación Alineada a la Estrategia

**Sesión 13-14** • HR Estratégico

**Sesión 15-16** • Entrega y exposición de trabajos aplicativos  
• Examen Final

1

## Logística y Supply Chain Management en el Retail

Revisaremos aspectos teóricos y prácticos del manejo de inventarios y distribución en almacén mediante el análisis del proceso, planificación, ejecución y control de la logística de las empresas del sector retail.

**Sesión 1-2** • Cadenas de Suministro y Logística: Marco conceptual y objetivos

**Sesión 3-4** • Relaciones en la Cadena de Suministros. Indicadores de desempeño de una Cadena de Suministros

**Sesión 5-6** • Aprovisionamiento y Compras: Decisiones de insourcing y outsourcing  
Riesgos y oportunidades de la tercerización.  
Integración vertical.  
Gestión de proveedores y estrategias de compras

**Sesión 7-8** • Planeamiento de la oferta y la demanda. Vínculo entre la Planeación de las Operaciones y las Ventas

**Sesión 9-10** • Gestión del inventario: Tipos y costo total de propiedad.  
• Administración de los inventarios con Demanda Independiente bajo certidumbre e incertidumbre.  
• El lote económico y descuentos por volumen

**Sesión 11-12** • Gestión del transporte en la cadena de Suministros. Función y modos de transporte. Concepto de distribución de última milla.

## 2

## Comportamiento del Consumidor - Shopper Marketing

Entender las necesidades del consumidor y cómo articula su proceso de consumo es un proceso clave para diseñar la oferta de los productos de la empresa. Por tanto, revisaremos conceptos elementales como la segmentación del consumidor y el posicionamiento, branding, publicidad, estrategia de precios y estrategias de comunicación de los productos.

- Sesión 13-14**
- Replanteamiento de canales y establecimiento de relaciones de valor.
  - Estrategias de cadenas de suministros y el diseño de los canales de distribución.
  - La Omnicanalidad.

- Sesión 15-16**
- Presentación del Trabajo Aplicativo Final

- Sesión 1-2**
- Introducción
  - Comportamiento del consumidor – definición
  - Análisis e importancia del comportamiento del consumidor
  - Factores que afectan el comportamiento del consumidor

- Sesión 3-4**
- Nacimiento del retail moderno
  - Retail moderno en el Perú
  - Merchandising
  - Administración por categorías
  - El shopper y el consumidor
  - El proceso de compra

- Sesión 5-6**
- Mapa del “viaje” del consumidor (customer journey map)
  - Experiencia del cliente
  - Shopper marketing
  - Categorización de productos en retail
  - Sesgos cognitivos
  - Características del shopper moderno

- Sesión 7-8**
- La relación retail – fabricante
  - Factores clave en el retail
  - La negociación retail – fabricante
  - Estilos de negociación
  - El dilema del prisionero
  - La investigación de mercados como herramienta
  - Técnicas de investigación
  - Por qué falla una investigación

- Sesión 9-10**
- Marca - concepto y origen
  - Patrimonio de marca
  - Insight
  - Posicionamiento

- Sesión 11-12**
- Segmentación de mercados
  - Importancia de la segmentación de mercados
  - Extensión de marca
  - El rol de la publicidad
  - Publicidad y ética

- Sesión 13-14**
- Omnicanalidad
  - Walmart y Amazon
  - El canal Tradicional – Fundamentales para ser exitoso en el canal tradicional

- Sesión 15-16**
- Presentación de los trabajos finales

3

## Finanzas Aplicadas al Retail

El profesional que desempeña labores en el sector retail debe de comprender más allá de ver si las cifras de sus productos aumentan, debe revisar indicadores financieros como ROE, rotación de inventarios, días promedio de cobranza, de pago y de inventario por cada una de sus líneas de producto y optimizar, comprendiendo, analizando y reestructurando sus líneas de producto según performance.

<b>Sesión 1-2</b>	• Introducción a las finanzas	<b>Sesión 3-4</b>	• Principales Estados Financieros y el crecimiento en ventas
<b>Sesión 5-6</b>	• Planeamiento y relación Costo – Volumen – Utilidad	<b>Sesión 7-8</b>	• Pronóstico y presupuesto de marketing y ventas
<b>Sesión 9-10</b>	• Fijación de Precios de venta	<b>Sesión 11-12</b>	• Presupuesto de capital
<b>Sesión 13-14</b>	• Rentabilidad de los proyectos de marketing	<b>Sesión 15-16</b>	• Examen Final

1

## E-Commerce y Omnicanalidad

En la actualidad, los negocios en general han actualizado sus tendencias, lo siguen haciendo y lo seguirán haciendo perpetuamente. El sector retail presenta retos aún mayores en la digitalización, el e-commerce y las herramientas y desafíos que presenta el mundo digital como las páginas web, los móviles y la armonía entre estos y el punto físico de venta.

<b>Sesión 1-2</b>	• Introducción al E-Commerce	<b>Sesión 3-4</b>	• Generación de Tráfico a la tienda virtual
<b>Sesión 5-6</b>	• SEO Técnico y de Contenidos	<b>Sesión 7-8</b>	• Ecosistema de la marca
<b>Sesión 9-10</b>	• Embudo de Ventas	<b>Sesión 11-12</b>	• Elementos de una tienda On-Line
<b>Sesión 13-14</b>	• Implementación de una tienda en línea	<b>Sesión 15-16</b>	• Presentación Trabajo Aplicativo Final (TAF): Análisis del ecosistema omnicanal de una marca.



## Futuro del Retail: Transformación Digital Aplicada al Retail (EADA)

---

Analizaremos los disruptores en el mundo y los disruptores que se perfilan a cambiar el negocio del retail en el mañana. Es preciso analizar los casos de Amazon o Alibaba que presentan nuevos modelos de operación que perfilan a darle un nuevo giro a cómo hacemos negocios actualmente. Se cuestiona si basta con solo estar a la par de las nuevas tecnologías. Este curso lo dictará EADA.

**Semana 1**

- El futuro del retail en la era digital

**Semana 2**

- Innovación en experiencia del consumidor: en la tienda y más allá

---

**Semana 3**

- Automatización, AI y personalización en retail

**Semana 4**

- Realidad virtual y social commerce: nuevos modelos de negocio en retail

# Módulo Internacional

## eada<sup>®</sup>

business school  
barcelona

Institución independiente y sin ánimo de lucro, fundada en 1957 y constituida como una fundación privada universitaria en 1984, dedicada a la formación, investigación aplicada y transferencia de conocimiento al mundo empresarial y a la sociedad en un contexto internacional.

### #37

Worldwide

### Masters in Management

(Financial Times, 2021)

### #29

Europa

### Business School

(Financial Times, 2020)

### #42

Worldwide

### Executive Education

(Financial Times, 2020)

### #21

Europa

### MBA

(Financial Times, 2021)



“Formamos profesionales  
con una profunda  
conciencia de sus  
**propias habilidades  
y competencias  
directivas**”

**EADA Business School**

España 

# Admisión

## Requisitos para postular

Si cuentas con un año mínimo de experiencia en cargos ejecutivos o empresariales, puedes iniciar tu proceso de admisión enviando un correo electrónico a tu asesora de capacitación con los siguientes documentos:

- Ficha de inscripción completa
- Copia simple del DNI, CE o pasaporte (postulantes extranjeros)
- CV no documentado y fotografía escaneada

## Financiamiento

### Financiamiento Centrum PUCP

Te permite financiar el costo de tu programa con un interés de 0% y se aplica a personas naturales y jurídicas. Se expresa en letras de cumplimiento mensual. Para este beneficio, debes cumplir algunos requisitos y pasar una evaluación crediticia.

### Auspicio Empresarial

También puedes financiar tu programa a través de una empresa. Esta empresa puede tener o no un convenio con nosotros. Consulta con tu asesor de capacitación para conocer las condiciones especiales de cada opción.



**Aula Virtual** (Modalidad Remota)  
Clases en tiempo real



**Inversión**  
S/. 16,950



**Duración**  
9 meses lectivos  
200 horas



**Frecuencia**  
Martes y Jueves



**Horario**  
19:00 - 22:30



# Lo que nos hace únicos

## Calidad Educativa

Somos la única escuela de negocios del Perú que ha alcanzado la Triple Corona, una de las nueve de Latinoamérica y una de las 82 de las casi 13,670 escuelas de negocios en el mundo.

## Excelencia Docente

Nuestros profesores se caracterizan por no solo llevar a las aulas lo mejor de su conocimiento teórico, sino también su experiencia profesional.

## Compromiso Ético

Nuestra meta y el compromiso que asumimos para lograrla, son consistentes con nuestra principal responsabilidad: hacer de cada alumno el mejor profesional.

## Procesos Certificados

Somos la única escuela de negocios con Cuádruple Certificación ISO, que garantiza la excelencia académica y demuestra nuestro compromiso con el medio ambiente y nuestra sociedad.

## Nuestros Rankings

Las mediciones de calidad en educación gerencial más serias y confiables del mundo ubican a nuestros programas en lugares preferenciales.

Somos la escuela de negocios líder en el Perú y una de las primeras en América Latina.

# #1

Perú

## Executive MBA

(Financial Times, 2018)

# #90

Worldwide

## Executive MBA

(Financial Times, 2018)

# #1

Perú

## Executive Education

(Financial Times, 2022)

# #55

Worldwide

## Executive Education

(Financial Times, 2022)



Executive  
Education



CUATRO ACREDITACIONES GLOBALES



DE EXCELENCIA ACADÉMICA

## Informes:

✉ [executive.centrum@pucp.edu.pe](mailto:executive.centrum@pucp.edu.pe)

🌐 [www.centrum.pucp.edu.pe](http://www.centrum.pucp.edu.pe)

“Nuestro objetivo principal es formar profesionales co-creadores de su propio conocimiento, con pensamiento integrador y mentalidad global con impacto positivo en su familia, organización y país.”

## Clara Rosselló

Directora de Programas de Educación Ejecutiva