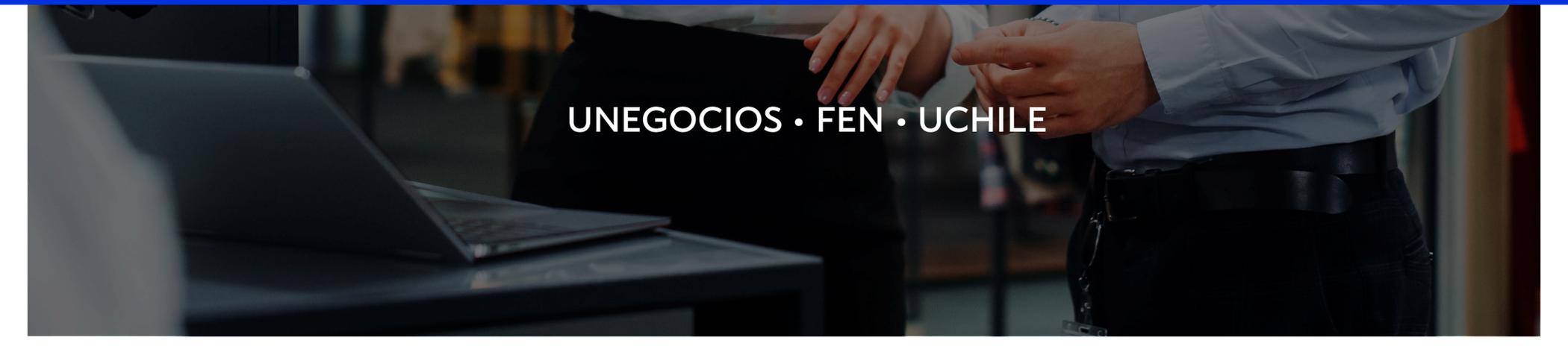




Programas Esenciales

Retail Marketing



UNEGOCIOS • FEN • UCHILE

Impulsa tu futuro con los Programas Esenciales Unegocios FEN UCHILE

Los programas esenciales están conformados por **tres cursos interrelacionados** en torno a una misma temática. Estos cursos se complementan entre sí para ofrecer un conjunto integral de herramientas y conocimientos, pensados para mejorar el desempeño profesional y ayudar a enfrentar con éxito las demandas del mercado laboral actual.

- **Tres cursos** por **\$490.000**.
- Estudia a **tu propio ritmo**.
- **Certificado** de la U. de Chile.



¿POR QUÉ ESTE PROGRAMA?

Potencia tu carrera con una formación integral en retail marketing, que combina la gestión de la demanda y el control de indicadores clave, la optimización del pricing y la rentabilidad, el uso avanzado de Excel para analizar datos y respaldar decisiones precisas, y el desarrollo de habilidades decisionales y de resolución de problemas para liderar equipos en entornos competitivos.

Al finalizar, contarás con una visión estratégica y operativa que te permitirá planificar, medir y ejecutar acciones efectivas, impulsando la competitividad y el crecimiento sostenido de tu organización.

CURSO GESTIÓN DE DEMANDA, INDICADORES DE GESTIÓN Y PRICING

Objetivo del Curso

- Entender los principales elementos de Estadísticas aplicada a la gestión de Retail.
- Conocer los principales indicadores de gestión de Retail.
- Conocer los principales medidores de desempeño estableciendo métricas de resultados
- Comprender indicadores propios de gestión que permitan controlar y mejorar el desempeño de las labores y de los resultados de la organización.
- Comprender el proceso de forecast u objetivos de ventas alineados a toda la organización.
- Conocer experiencias y casos reales de gestión en procesos e innovación aplicados al retail para identificar y gestionar las variables claves del marketing mix en particular integrando las definiciones de pricing y rentabilidad.

Este curso te prepara para

Conocer las herramientas claves de control y medición, con un enfoque agudo en aumentar las ventas de manera constante, retener clientes, para que la organización logre posicionarse sobre sus competidores. Además analizaremos las variables claves que determinan el realizar un forecast o estimación de los objetivos de ventas y las métricas de precio, márgenes y demás kpi's de gestión más relevantes para el retail y consumo masivo.

Plan de Estudios

Módulo 1: Indicadores de Gestión, KPI's claves de medición

Comprender y definir los Indicadores de gestión o KPI's claves de Medición.

- Venta por metro cuadrado.
- Posicionamiento de precios.
- SSS (same,Stores,sales).
- Out of Stock.
- Distribución física y ponderada.
- Días de inventario. Otros.

Módulo 2: Generación de Demanda. Forcast. Definición de los Objetivos de Ventas

Comprender y definir los Indicadores de gestión o KPI's claves de Medición.

- Definición de los drives relevantes para definir los objetivos de ventas.
- Plan comercial Integrado.
- Metodología para elaboración de un forcast o proyecciones de ventas.
- Comprensión y definición de las variables claves del marketing mix, Pricing.

Módulo 3: Conocer experiencias y casos reales de gestión en procesos e innovación aplicados al retail

Conocer las prácticas mas innovadoras y como aplicarlas a la realidad de las organizaciones.

- FMG (OSA) Out of Stock.
- B2b y B2C.
- Innovación en procesos.
- Reposición de productos en PDV.
- CPFR.

Módulo 4: Conocer experiencias y los desafíos en la Tendencias del Retail

Conocer las estrategias para enfrentar los desafíos de la Economía Digital.

- Omnicanalidad.
- Economía Digital versus la economía física.
- Offline versus online.
- Mercados maduros versus emergentes.

Pablo Barberis

Docente

Ingeniero comercial, con postítulo en marketing estratégico, marketing digital y posformación en retail, logística, TI y comercio electrónico. Certificación de Scrum Alliance en metodología ágil y scrum master.

Cuenta con más de 23 años de experiencia liderando gerencias generales y comerciales en la industria del retail, consumo masivo, agroindustria, servicios y tecnología en empresas nacionales e internacionales, tanto en Chile como en Latinoamérica.

Director de empresas y subdirector del Área Consultoría de Unegocios de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile. Director académico y docente para el desarrollo de ejecutivos en temas de planes de negocios y análisis de los mercados, planificación estratégica, transformación digital, retail, gestión de la innovación, canales de distribución, marketing avanzado y desarrollo de productos. Speaker nacional e internacional en temas relacionados.

CURSO FUNDAMENTOS DE LA GESTIÓN DEL RETAIL

Objetivo del Curso

Entender las raíces del retail, su desarrollo, la etapa de Ciclo de vida que se encuentra en la actualidad, como se seguirá moviendo a futuro ante los constantes cambios de los consumidores, la tecnología, la innovación, los nuevos hábitos, tendencias y conductas de los compradores/ consumidores.

Objetivos específicos

- Analizar los cambios que ha sufrido el Retail y como a través de una respuesta eficiente al consumidor se han transformado las funciones y los procesos de compra y abastecimiento. Conocer las principales tendencias del Retail en el mundo y entender los principales indicadores de gestión.
- Describir y entender en detalle los procesos y tipos de toma de decisiones de los consumidores. Adicionalmente entenderán los factores personales (internos) y ambientales (externos) que influyen la conducta y los hábitos de los Compradores/ Consumidores.
- Entender cómo la especialización de los consumidores, el desarrollo del self service, la alta competencia, necesidad de diferenciarse para atraer más consumidores, las bajas de precios y deterioro de márgenes, excesos de inventarios, y necesidad de surtidos más específicos van generando la necesidad de un enfoque a categorías con énfasis en el abastecimiento.
- Conocer, entender e implementar la principal estrategia en la gestión de tiendas, atraer al cliente, hacer que compre, y luego generar fidelidad logrando que regrese a la tienda.

Plan de Estudios

Módulo 1: Estrategia en el retail y su cadena de valor

- Introducción al Retail
- Buscando la Rentabilidad
- El poder del Retail en el mundo

Módulo 2: Entendiendo al consumidor/comprador

- Comportamiento del Consumidor
- El valor agregado

Módulo 3: Los procesos del retail

- Cadena de Abastecimiento
- Disponibilidad de los productos
- Procesos de reabastecimiento y planeación de ventas.

Módulo 4: Gestión en tiendas

- Gestión de Categorías
- Gestión de Tiendas.

Jorge Carniglia

Docente

Ingeniero Comercial, Universidad Diego Portales, Chile. Diplomado en Marketing de la Universidad de Chile, Chile.

Su trayectoria profesional se ha desarrollado en el ámbito académico y ejecutivo, en empresas multinacionales en las áreas de Ventas, Marketing, Investigación de mercado y consultoría. En la actualidad, se desempeña como director de una empresa de Investigación de Mercado y consultor en Retail y Marketing.

CURSO GESTIÓN DE PUNTO DE VENTA Y PLANIFICACIÓN COMERCIAL

Objetivo del curso

- Entregar conocimiento para dirigir mejor un equipo comercial, medir en base a los objetivos trazados.
- Entregar una visión estratégica de la Planificación Comercial con la finalidad de levantar oportunidades de negocios con sus clientes.
- Tener las definiciones claves de un plan de negocios y del entorno competitivo del mercado.
- Conseguir que los participantes adquieran conocimiento y herramientas concretas para la creación y desarrollo de la Planificación Comercial en sus equipos de trabajo y como realizar la ejecución táctica en el punto de venta.

Este curso te prepara:

Aprender los conceptos, variables claves, de modo práctico y concreto que permitan desarrollar destrezas en la gestión efectiva para la creación, administración y ejecución de los Planes comerciales.

Identificar las acciones y las variables tácticas para ejecutar la estrategia y el plan comercial en los puntos de ventas.

Plan de Estudios

Módulo 1: Planificación comercial

Comprender y definir los puntos clave para elaborar un plan comercial.

Planificación Estratégica de la Empresa y sus alcances para la Planificación Comercial.

- Determinar los Objetivos Comerciales
- Pasos y variables claves para ejecutar una planificación comercial
- Visión estratégica de productos y servicios dentro de la cadena de valor en la organización.
- Modelo práctico de estructura de un plan. Modelos OMEA.

Módulo 2: Indicadores de desempeño, Fijación de Objetivos y Generación de Demanda

Comprender las claves para la medición de los planes y de los objetivos de ventas.

- KPI's o indicadores de gestión para medir el desempeño y logros del equipo comercial.
- Prospección de proyectos, seguimiento y cierre de las oportunidades de negocios.
- Modelo simple de la fijación de Objetivos comerciales.
- Modelo SMART. Como definición de objetivos a los planes comerciales.
- Taller de ejercicios prácticos aplicados.

Módulo 3: Variable claves de Administración del Merchandising

Gestionar la ejecución de las estrategias comerciales y las herramientas de Merchandising.

- Conceptos y Funciones del Merchandising.
- Merchandising Aplicado al Pto. de Venta.
- Estrategias de Respuesta Eficiente al Consumidor (ECR) como proceso colaborativo en el retail.
- Integrando la cadena logística con el punto de venta.

- Roles de los productos, Estrategias y fundamentación Táctica en el punto de venta.

Módulo 4: Variable claves de la Gestión del Punto de Venta

Gestionar la ejecución de las estrategias comerciales en la implementación en el punto de venta.

- Conducta del consumidor y decisiones de compra en el punto de venta.
 - Canales de Percepción del shopper y consumidores
- Lay out y presentación de productos en la Tienda
- Promociones y comunicación en el punto de venta
- Responsabilidades claves y medición de la reposición en el punto de venta.

Pablo Barberis

Docente

Ingeniero comercial, con postítulo en marketing estratégico, marketing digital y posformación en retail, logística, TI y comercio electrónico. Certificación de Scrum Alliance en metodología ágil y scrum master. Cuenta con más de 23 años de experiencia liderando gerencias generales y comerciales en la industria del retail, consumo masivo, agroindustria, servicios y tecnología en empresas nacionales e internacionales, tanto en Chile como en Latinoamérica.

Director de empresas y subdirector del Área Consultoría de Unegocios de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile. Director académico y docente para el desarrollo de ejecutivos en temas de planes de negocios y análisis de los mercados, planificación estratégica, transformación digital, retail, gestión de la innovación, canales de distribución, marketing avanzado y desarrollo de productos. Speaker nacional e internacional en temas relacionados.



Si tienes alguna duda comunícate con:

Fallon González

Ejecutiva de admisión y matrícula

fgonzales@fen.uchile.cl

Cel./Whatsapp

+569 5015 9764

POR QUÉ LA U. DE CHILE



Ranking of World
Universities (ARWU)



Calidad
Docente



Certificado de la
U. de Chile



Red de
Contactos

unegocios.uchile.cl

