

DIPLOMADO DE EXTENSIÓN EN  
**RETAIL MANAGEMENT**



**B-LEARNING**



# DIPLOMADOS B-LEARNING UNEGOCIOS

**5 módulos, 1 de ellos lo eliges tú**



El diploma se desarrolla con:



+



**5 módulos**  
en plataforma online

**5 clases con profesor**  
a distancia y en vivo

*Estas clases son opcionales y **no son requisito** para la aprobación del diploma*



**Con los 5 módulos a distancia  
aprobados obtienes tu diploma**

## MODALIDAD ONLINE UNEGOCIOS

La modalidad online (semipresencial) de Unegocios, desarrolla sus programas en base a contenidos introductorios en las diferentes temáticas que se imparten. De esta manera, el estudiante que se encuentre en el inicio de su carrera profesional o que requiera aprender sobre un tema nuevo, puede cursar nuestros programas académicos, sin necesidad de tener una experiencia previa acabada en cada área. Los contenidos se imparten pensando en un formato que complemente lo laboral y/o personal y que puedan ser comprendidos sin mayor dificultad.

Esta modalidad permite total flexibilidad y accesibilidad para el alumno, quien podrá escoger el lugar, horario y ritmo de estudio en el dispositivo que más le acomode. Durante todo el proceso, el alumno podrá resolver sus dudas con el profesor a cargo y apoyarse también en la coordinación docente de cada programa.

**OBJETIVOS:**

- Entender y visualizar los principales elementos que usan las cadenas para atraer a los consumidores, para luego satisfacer sus necesidades y lograr fidelizarlos
- Anticipar las nuevas tendencias y su impacto en el comercio detallista
- Planificar todas las actividades para que permitan a los consumidores satisfacer sus necesidades y obtener una compra placentera, en cuanto a surtido de productos, exhibiciones, promociones, precios, personal de atención y logística entre otras.

**El programa te prepara para:**

- Entender el entorno competitivo y económico que impacta al Retail.
- Comprender la planificación estratégica integrando el marketing estratégico y operativo en el Retail
- Conocer las mejores prácticas y recomendaciones para implementar una respuesta eficiente al consumidor, administrando la oferta y la demanda de productos y servicios.
- Conocer y utilizar tópicos modernos de marketing.
- Buscar la excelencia en el punto de venta
- Compartir experiencias de negociaciones para el establecimiento de acuerdos, convenios o tratados comerciales, u otros protocolos que determinen las bases de ventas de productos o servicios a los retailers

A photograph showing a person's hands typing on a laptop keyboard. The person is wearing a plaid shirt with green, yellow, and orange patterns. On the desk next to the laptop is a white coffee cup with a pink and purple design and a teal smartphone. The background is a blurred wooden chair.

**LA UCHILE EN TODAS PARTES**



# MÓDULOS

## 1-. RELACIÓN CON PROVEEDORES Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL

### Objetivo del Curso:

El presente curso busca interiorizar a los alumnos en la relación con los proveedores desde el punto de vista estratégico, revisando y definiendo procesos de búsqueda, selección y evaluación de proveedores mediante la planificación asociada a la negociación, que finalmente servirá como retroalimentación constante para el desarrollo tanto de la organización como de los proveedores.

### Este curso te prepara para:

- Distinguir aspectos estratégicos y funcionales respecto de la relación con un proveedor
- Seleccionar el tipo de relación con el proveedor (transacción, relación, relación estratégica) • Seleccionar diversas técnicas de negociación asociadas a un objetivo de área
- Aprender sobre el relacionamiento en el largo plazo con los proveedores

## CONTENIDOS

### Filosofía del relacionamiento con proveedores

- Introducción
- Objetivos Organizacionales y de abastecimiento
- Los proveedores y su importancia estratégica
- Visión competitiva
- Visión colaborativa
- Modelo de satisfacción comprador - proveedor

### Búsqueda, selección y evaluación de proveedores

- Clasificación estratégica
- Calidad y confiabilidad
- Criterios de selección
- Condiciones comerciales
- Definiciones contractuales
- Comunicación

### Planeación y negociación

- Etapas de una planeación
- Objetivos claves
- Planeación: transaccional, relacional y relacional estratégica
- Negociación: estrategia y técnica, argumentos
- Desarrollo de formato de Customer Business Plan, y aplicación
- práctica del modelo de Walmart
- Modelos de negociación basados en modelo Carrefour
- Modelo Harvard de los 9 pasos

### Control y desarrollo

- Retroalimentación: el control visto como aprendizaje
- KPI's
- Sistemas de información
- Desarrollando e integrando proveedores
- Importancia del plan alternativo



### Claudio Carvajal Domínguez

Ingeniero Civil Industrial , Pontificia Universidad Católica de Chile, Chile

Master of Business Administration, Universidad de Chile, Chile

Master of Business Administration , Tulane University, Estados Unidos

Gerente, Director, Consultor y profesor, con experiencia en Chile, Argentina, Brasil, Ecuador, Estados Unidos, México, Perú y Panamá. Creador de áreas de gestión de negocios, de estudios, de servicio al cliente y ventas. Cuenta con amplios conocimientos de estrategia de negocios, liderazgo, marketing research, análisis de mercado/consumidor y negociación.

#### HORARIOS:

**Inicio:** 25-08-21 **Término:** 21-09-21

**Clase Inaugural:** 28-08-21 09:30 a 10:30 h

**Clase virtual en vivo:** 25-09-21 de 09:30 a 12:30 h

## 2- FUNDAMENTOS EN LA GESTIÓN DE RETAIL Y TENDENCIAS DEL CONSUMIDOR

### Objetivo del Curso:

Al término de estas sesiones, entenderá 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.

### CONTENIDOS

#### Logística del Retail

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 y la demanda

#### Gestión de Tiendas

Conocer, entender e implementar la principal estrategia de marketing en la gestión de tiendas, atraer al cliente, hacer que compre, y luego hacer que vuelva a la tienda para lograr generar fidelidad.

#### Merchandising

Entender cómo utilizar el merchandising como principal punto de atracción del consumidor, al usar esta herramienta estimulando los 5 sentidos de los clientes. Comprender como el merchandising se puede transformar en el principal medio de diferenciación en relación a la competencia

#### Estrategias más Habituales en el Punto de Venta

Conocer a través de ejemplos Prácticos las principales estrategias que se desarrollan en los puntos de venta.



**Jorge Carniglia**

Técnico Estadístico, Universidad de Chile, Chile  
Diplomado en Marketing, 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.

#### HORARIOS:

**Inicio:** 06-10-21 **Término:** 02-11-21

**Clase Inaugural:** 09-10-21 09:30 a 10:30 h

**Clase virtual en vivo:** 06-11-21 de 09:30 a 12:30 h

### 3-. GESTIÓN DE PUNTO DE VENTA Y PLANIFICACIÓN COMERCIAL

#### Objetivo del Curso:

La planificación comercial es la herramienta que nos permite organizar de una forma sistemática la actividad comercial que vamos a realizar. Es una herramienta clave para garantizar que dicha actividad comercial esté bien dirigida y programada, y que nos permita lograr nuestros objetivos comerciales los cuales deben ser acordes y consecuentes con la estrategia general de nuestra organización. Todo Plan comercial debe tener una visión completa de todos los aspectos del negocio, y de la administración del mismo, siendo fundamental entender y ejecutar correctamente los modelos de ventas existentes y como la correcta definición de estos modelos responden al tipo de negocio existente y de su proyección en el tiempo. Coherente con la visión estratégica de la organización y en consecuencia, de la Planificación Comercial.

#### Este curso te prepara para:

- Entregar conocimiento para dirigir mejor un equipo comercial, medir en base a los objetivos trazados.
- Proporcionar 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.
- Aprender los conceptos, variables claves, de modo práctico y concreto que permitan desarrollar destrezas en la gestión efectiva en la administración y gestión de las tiendas.

## CONTENIDOS

### I.

- 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

### II.

- 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.

### III.

- Conceptos y Funciones del Merchandising
- Merchandising Aplicado al Punto. 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.
- 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



**Profesor Pablo Barberis**

Ingeniero Comercial Licenciado en Administración de Empresas, Universidad Central de Chile, Chile

Especialista en Marketing, Universidad de Santiago de Chile, Chile.

Diplomado en Marketing Gerencial, Universidad de Santiago de Chile, Chile.

Se ha desempeñado en el área comercial, servicios y dirección de proyectos, con especializaciones en consumo masivo, logística y tecnologías de información.

Miembro de las Comisiones Pública/Privadas para la Modernización del Estado y de la Comisión Ciencia y Tecnología de la agenda Pro Crecimiento de Chile.

#### HORARIOS:

**Inicio:** 17-11-21 **Término:** 14-12-21

**Clase Inaugural:** 20-11-21 09:30 a 10:30 h

**Clase virtual en vivo:** 18-12-21 de 09:30 a 12:30 h



## 4.- CATEGORY MANAGEMENT Y GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN

### Objetivo del Curso:

Comprender las raíces de la Administración de Categorías (Category Management), su desarrollo y cómo dar una respuesta eficiente al consumidor, satisfaciendo sus necesidades y generando una compra placentera.

Aplicar tópicos modernos de marketing, como lo es CRM (Client Relations Management) lo que permite innovar en la evaluación de la categoría, utilizar trade marketing como elemento diferenciador entre otros aspectos innovadores.

### Este curso te prepara para:

- El estudiante a través de este modelo colaborativo de negocios como es Category Management, podrá al trabajar en conjunto retailers y proveedores, dar una respuesta eficiente al consumidor, satisfaciendo sus necesidades y la vez generando una compra placentera.
- Podrán entender los 8 pasos que implica realizar una administración de categoría óptima, lo que les permitirá con lo aprendido en forma teórica y práctica implementar en su actividad laboral esta forma de gestionar los negocios.
- Innovar en forma constante a la hora de realizar promociones, utilizar comunicación distintiva incorporando marketing digital

## CONTENIDOS

### Introducción y análisis de la Categoría

- Por qué usar administración de categorías.
- Definición de una categoría.
- Conocer los 8 pasos de la Administración de Categorías
- El árbol de decisiones de una categoría
- Buscar la diferenciación en el análisis utilizando la Investigación de mercado en forma innovadora al utilizar los programas de fidelidad como fuente de información. Como también el análisis de cada boleta de compra.

### Planificación estratégica y táctica

- Análisis de una categoría.
- Evaluación de una categoría.
- Definición de Roles
- Desarrollar modelo de definición de surtido aplicando tecnología e investigación de vanguardia

### Implementación

- Definición de tareas para la cadena.
- Definición de tareas para el proveedor.
- Establecer calendario de actividades y responsables
- Innovar al implementar Category Management, utilizando tiendas tratadas y tiendas de control

### Revisión y control

- Revisión y monitoreo.
- Redefinición de objetivos.
- Aprendizaje de que es necesario mejorar, y que debemos mantener como buena práctica en el proceso de implementación
- Gestionar utilizando reportes innovadores que utilicen los principales indicadores de gestión y se refresquen automáticamente de acuerdo a la necesidades de control



**Jorge Carniglia**

Técnico Estadístico, Universidad de Chile, Chile  
Diplomado en Marketing, 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.

#### HORARIOS:

**Inicio:** 29-12-21 **Término:** 25-01-22

**Clase Inaugural:** 08-01-22 09:30 a 10:30 h

**Clase virtual en vivo:** 29-01-22 de 09:30 a 12:30 h



# MÓDULO ELECTIVO

CURSOS	FECHA DE INICIO	FECHA DE TÉRMINO	CLASE INAUGURAL	CLASES PRESENCIAL / VITRUAL
<b>Curso Control de Gestión y BSC</b>	30-03-22	26-04-22	02-04-22	30-04-22
<b>Curso Administración de Empresas</b>	06-04-22	03-05-22	09-04-22	07-05-22
<b>Curso Estrategia Comercial</b>	06-04-22	03-05-22	09-04-22	07-05-22
<b>Curso Plan de Marketing Digital</b>	06-04-22	03-05-22	09-04-22	07-05-22
<b>Curso Diseño de Procesos</b>	06-04-22	03-05-22	09-04-22	07-05-22
<b>Curso Excel Básico</b>	06-04-22	03-05-22	09-04-22	07-05-22
<b>Excel AvanzadoCurso</b>	06-04-22	03-05-22	09-04-22	07-05-22
<b>Curso Finanzas Corporativas</b>	20-04-22	17-05-22	23-04-22	28-05-22
<b>Curso Comunicación y Liderazgo</b>	20-04-22	17-05-22	23-04-22	28-05-22
<b>Curso Introducción al Product Manager</b>	20-04-22	17-05-22	23-04-22	28-05-22
<b>Curso Excel Intermedio</b>	20-04-22	17-05-22	23-04-22	28-05-22
<b>Curso Plan estratégico Personal</b>	27-04-22	24-05-22	30-04-22	28-05-22
<b>Curso Presentaciones profesionales efectivas</b>	27-04-22	24-05-22	30-04-22	28-05-22
<b>Curso Gestión efectiva del tiempo</b>	27-04-22	24-05-22	30-04-22	28-05-22
<b>Curso Comunicación efectiva</b>	27-04-22	24-05-22	30-04-22	28-05-22
<b>Curso Big Data</b>	11-05-22	07-06-22	14-05-22	11-06-22
<b>Curso Fundamentos base del emprendimiento</b>	11-05-22	07-06-22	14-05-22	11-06-22
<b>Curso Planificación estratégica de abastecimiento</b>	11-05-22	07-06-22	14-05-22	11-06-22
<b>Curso Experiencia cliente</b>	11-05-22	07-06-22	14-05-22	11-06-22

*\*Te invitamos a ingresar a nuestro sitio web, para que conozcas nuestra oferta completa de programas B-learning.*



## INFORMACIÓN GENERAL

### VALOR DIPLOMADO:

**\$2.100.000.-**

### HORAS:

#### TOTAL DE HORAS:

**140hrs. en plataforma online**

**20hrs. a distancia con el profesor en vivo**

*(c/módulo: 28hrs plataforma + 4 hrs. profesor a distancia)*

*\*Las clases a distancia con el profesor, **son opcionales** y **no son requisito** para la aprobación del diplomado.*

### PLATAFORMA DIGITAL:



### FECHAS:

CURSOS DEL DIPLOMA	FECHA DE INICIO	FECHA DE TÉRMINO	CLASE INAUGURAL	CLASES PRESENCIAL / VITRUAL
<b>Relación con Proveedores y Negociación Comercial</b>	25-08-21	21-09-21	28-08-21	25-09-21
<b>Fundamentos en la Gestión Retail</b>	06-10-21	02-11-21	09-10-21	06-11-21
<b>Gestión de Punto de Venta y Planificación Comercial</b>	17-11-21	14-12-21	20-11-21	18-12-21
<b>Category Management y Gestión de la Innovación</b>	29-12-21	25-01-22	08-01-22	29-01-22
<b>ELECTIVO</b>		-	-	-

*Podrás homologar dos cursos Blearning (semipresencial) para realizar un diplomado en el mismo formato. La aprobación de la homologación debe ser revisada y aceptada por el comité académico de Unegocios y cumplir con los requisitos de ingreso. El quinto curso electivo también lo puede convalidar. Para optar a la homologación y un descuento asociado, debes comunicarte con el ejecutivo a cargo.*

### CONSULTAS:



#### **JOSÉ NAVARRETE**

Ejecutivo de Admisión y Matrícula

[jnavarrete@unegocios.cl](mailto:jnavarrete@unegocios.cl)

+56229781982 (Operativo a Teletrabajo)

Diagonal Paraguay 257, Torre 26, piso 9, Of. 903

Horario de lunes a jueves 09:30 a 18:30 horas, viernes de 09:30 a 16:30 horas.

Horario continuado. (horario en Teletrabajo)



**unegocios.uchile.cl**

Síguenos a través de nuestras redes sociales

