

Diplomado en

Gestión del retail

Sigue aprendiendo, sigue creciendo

ingenieriaindustrial.ing.uc.cl

Índice

Descripción	02
.....	
Información general	03
.....	
Metodología	04
.....	
Contenidos	05
.....	
Profesores	09
.....	
Certificación	10
.....	
Propuesta de valor UC	11
.....	
Contacto	12

Diplomado en Gestión del retail



Duración
300 horas



Modalidad
Online Mixta



Sence
Cobertura: 100%

Descripción

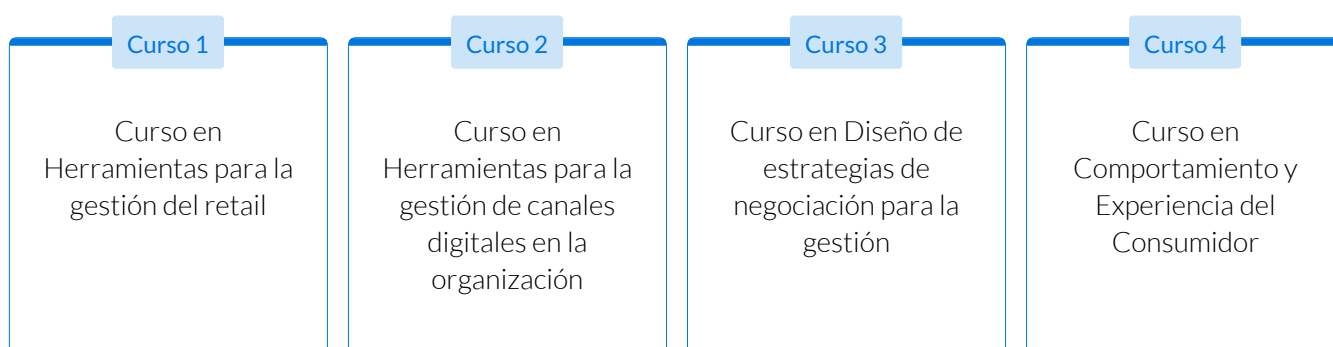
El mundo del retail en Chile ha evolucionado considerablemente en los últimos 15 años, representando una de las actividades económicas más relevantes en la generación del PIB y los jugadores más importantes son reconocidos como grandes empresas de nuestro país y crecientes en Latinoamérica.

La importancia de esta industria y el nivel de competitividad que existe representa un desafío para los profesionales que quieren estar ahí. Para ello, deben comprender herramientas de análisis, optimización y gestión para administrar organizaciones relacionadas con esta industria.

El diplomado se enfocará en entregar herramientas para mejorar la gestión de la logística en la empresa, tomar decisiones comerciales y financieras con base en conceptos básicos de administración de retail, establecer mejores relaciones de negociación con sus proveedores y comprender y satisfacer los requerimientos de sus clientes. También, se revisarán las mejores prácticas del rubro, que han permitido a destacadas empresas lograr altos niveles de eficiencia, ingresos y reconocimiento de sus clientes.

Este programa está compuesto por una parrilla de cursos que abarcan distintas áreas de la gestión: economía, finanzas, estrategia, operaciones, innovación, marketing, comunicaciones, personas, entre otras.

Malla académica



(*) El orden de los cursos dependerá de la fecha en que te matricules

¿A quién va dirigido?

Profesionales que se desempeñan en el ámbito de la industria retail, empresarios que deseen adquirir herramientas de análisis, optimización y gestión para administrar organizaciones relacionadas con esta industria, o bien, todos aquellos profesionales interesados en adquirir conocimientos en las áreas anteriormente descritas.

Resultados de Aprendizaje General

- Analizar el modelo de negocio del retail.
- Aplicar herramientas innovadoras de gestión en organizaciones pertenecientes al rubro del retail.
- Diseñar planes de optimización para los procesos de planificación, implementación, control de flujos y servicios en la gestión en organizaciones pertenecientes al rubro del retail.

Requisitos de ingreso

Se sugiere tener

- Grado académico, título profesional universitario y/o título técnico.
- Experiencia profesional en empresas u organizaciones relacionadas al área del curso.
- Conocimiento del idioma inglés a nivel lectura.

Medios de pago Chile

- 12 cuotas tarjeta de crédito sin interés para nuestros diplomados y 3 cuotas tarjeta de crédito sin interés para nuestros cursos. En caso de existir interés, este será generado específicamente por su banco.
- Transferencia bancaria.

Medios de pago Internacional

- Pago al contado a través de transferencia bancaria
- Pago en cuotas para nuestros diplomados a través de cuponera electrónica (*)
- Pago a través de Paypal

(*) Cuponera electrónica: Sistema de pago en cuotas, sin interés.

Metodología 100% Online



Aprendizaje interactivo y con acompañamiento de tutores

Contamos con una plataforma LMS que permite acceder a contenidos interactivos, participar en clases en vivo y conectarte con otros participantes desde cualquier lugar. Cada programa incluye un tutor académico que te orientará y resolverá tus dudas a través de la plataforma.

Clases grabadas y en vivo con evaluación en línea

Cada curso incluye 6 clases online, que puedes realizar a tu ritmo y 2 sesiones en vivo por streaming, lideradas por académicos expertos. Podrás interactuar, hacer preguntas y debatir con tus compañeros. Al finalizar, se realiza una evaluación en línea con acceso a instrucciones y soporte técnico.

Material de estudio

Desde el inicio tendrás acceso al material de estudio necesario, incluyendo clases, videos, casos, papers y más, todo disponible en línea en cualquier momento.

Estrategias metodológicas: Cada curso está constituido de 6 clases e-learning y 2 clases sincrónicas:

- Aprendizaje autónomo asincrónico
- Clase expositiva
- Foro formativo
- Controles formativos

Estrategias evaluativas: Cada curso cuenta con las siguientes actividades de evaluación formativa:

- 6 controles individuales
- 3 foros
- 1 examen
- 1 trabajo grupal

1

Contenido del Curso en:

Herramientas para la gestión del retail

Profesora: Denisse Faúndez

El mundo del retail

- Introducción al mundo del retail.
- El impacto del retail en nuestras vidas.
- Del productor al consumidor: las muchas formas que adoptan los canales de distribución.
- Actividades de creación de valor.
- El retail se centra en el cliente.

Puntos de contacto entre consumidor y retail

- No hay barreras entre el mundo online y offline.
- El retail se relaciona con los consumidores de modo online y offline.
- Punto de contacto físico: la tradicional tienda.
- Mundo online: omnicanalidad & e-commerce.

Comunicación con el consumidor y trabajadores del retail

- Comunicación con el cliente y trabajadores del retail.
- Comunicación con el cliente y merchandising.
- La gestión de personas en el retail.

Surtido, gestión de compras y planeación de la demanda

- Planificación del surtido.
- Gestión de compras.
- Planeación de la demanda.

Inventarios, abastecimiento, logística y otros pilares del back

- Manejo de inventarios.
- Cadena de abastecimiento y logística.
- Desempeño financiero.

Los últimos pilares del back. ¡No olvidar, siempre innovar!

- Fijación estratégica de precios.
- Sistemas de información.
- Foco en la experiencia del consumidor.
- Innovar y ajustarse a los tiempos.

2 Contenido del Curso en: **Herramientas para la gestión de canales digitales en la organización**

Profesor: Juan Pedro García

Diseño WEB

- El poder de los consumidores.
- El viaje para desarrollar un sitio web.
- Como escoger un CMS.

Mobile marketing y geolocalización

- El ascenso sin parar de la movilidad.
- Mobile marketing.
- Geolocalización.

E-Commerce ¿Cómo desarrollar una tienda online y atraer clientes?

- Construyendo un modelo integral de e-commerce.
- El análisis de resultados.
- Pasos para elegir una herramienta de e-commerce.

Cómo operar en una marketplace y participar en eventos como los cybers

- Los marketplaces.
- Los días de ofertas masivas en internet.

CRM aplicado a marketing digital

- Los CRM.
- Módulos de un CRM.
- Las métricas y resultados que el CRM entregará a mi negocio.
- Las tendencias en CRM.

Métricas clave para gestión de marketing digital

- Métricas de redes sociales y aplicaciones.
- Métricas de campañas pagadas.
- Métricas de email marketing.
- Métricas web, E-commerce y Content Marketing.
- Dashboards o cuadros de mando.

3

Contenido del Curso en:

Diseño de estrategias de negociación para la gestión

Profesor: Cristián Saieh

Profesor: Darío Rodríguez

Conflicto y comunicación

- Comunicación y conflicto.
- Confianza: un activo muy importante en la negociación.
- Diez distinciones de negociadores expertos.
- La Anatomía de la Negociación.

Estrategias y estilos negociadores

- Elementos para seleccionar una estrategia de negociación.
- Estrategias de negociación.
- Comunicación efectiva.

Opciones y criterios de legitimidad

- Las opciones: criterios para su desarrollo.
- Criterios de legitimidad.
- Diagrama circular de W. Ury.

Poder, rangos y cierre de la negociación

- Poder.
- El BATNA otorga poder.
- Cierre.

De la competencia a la colaboración y ética en la negociación

- Los obstáculos a la cooperación.
- Hacia la colaboración.
- Ética.

Planificación estratégica avanzada

- Preparación estratégica de las negociaciones.
- Preparación Básica.
- Preparación avanzada.

4

Contenido del Curso en:

Comportamiento y Experiencia del Consumidor

Profesora: Denisse Faúndez

Influencias de mi yo

- Modelo de Comportamiento del Consumidor.
- El mundo interior del Consumidor.

Somos seres sociales

- Influencia de los grupos de referencia.
- La familia como grupo de referencia.
- El estrato socioeconómico como grupo de referencia.
- La subcultura de la que forma parte una persona como grupo de referencia.
- Influencia de la cultura.
- Influencia de las redes sociales.

Todo lo que hacen las empresas

- Acciones de la empresa antes de la compra.
- Acciones de las empresas durante el proceso de compra.
- Acciones de las empresas después de la compra.

La decisión de compra

- Decisión de compra.
- La compra: Un impulso guiado por las emociones.
- Los componentes de una decisión basada en la razón.
- Experiencia de compra -Primer momento de la verdad.
- La experiencia de consumo -El segundo momento de la verdad.

Lo que no se mide, no se puede gestionar

- Medición de la experiencia del consumidor.
- Complementando la medición de experiencia del cliente.
- Diseño de experiencias.

Grandes poderes, grandes responsabilidades

- Ejemplo de empresas exitosas.
- Marketing, Ética y Responsabilidad Social en la sociedad de consumo actual.
- Algunos ejemplos de temas éticos en la comunicación entre empresa y consumidor.
- Algunos ejemplos de temas éticos en el ámbito de los productos.
- La demanda de un Comportamiento ético no se restringe a la empresa: También se extiende a los consumidores.

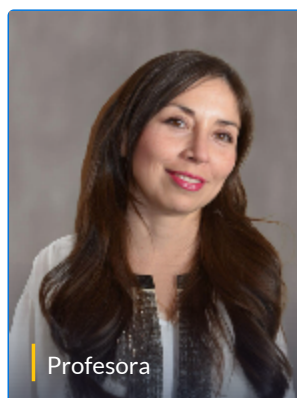
Profesores



Sergio Maturana

Ph.D. in Management,
University of California, Los
Ángeles, UCLA, Los Ángeles,
USA.

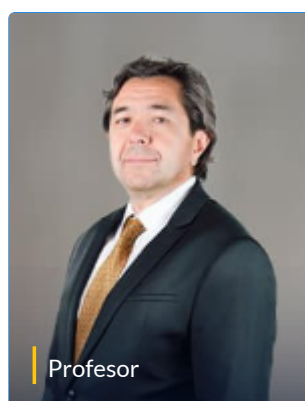
Jefe de programa



Denisse Faúndez

MBA, Universidad Católica
de Chile.

Profesora



Juan Pedro García

Ph.D (c) en Comunicaciones
mención Cambio Social y
Desarrollo, Universidad
Complutense de Madrid,
Madrid, España.

Profesor



Cristián Saieh

MBA de la Universidad
Pontificia Comillas ICADE-
España.

Profesor



Darío Rodríguez

Ph.D. in Sociology,
Universität Bielefeld,
Alemania.

Profesor

Certificación



Insignia Digital

Al finalizar el programa, recibirás esta insignia digital, que podrás incorporar en tu CV o compartir en LinkedIn. Estas insignias detallan exhaustivamente los logros y habilidades del estudiante, proporcionando una forma moderna, precisa y verificable de documentar conocimientos en contraste con los métodos tradicionales. También podrás añadirlas a una billetera digital o integrarlas en la firma de tu correo electrónico.

Certificado



Diploma



Todos nuestros certificados se pueden verificar en línea

Certificados apostillados

Una de las características más importantes de los títulos emitidos por la Pontificia Universidad Católica de Chile es que pueden ser apostillados gracias al Convenio de la Apostilla de la Haya. La Apostilla es una certificación única que permite agilizar el proceso de acreditación y certificación de títulos o documentos extranjeros en algún país miembro del Convenio de la Apostilla. Los documentos emitidos en Chile para ser utilizados en un país miembro del Convenio de la Apostilla que hayan sido certificados mediante una Apostilla, deberán ser reconocidos en cualquier otro país del convenio sin necesidad de otro tipo de certificación. La Universidad no se hace parte de la gestión de apostillarlo. Más información sobre el proceso de Apostilla.

¿Por qué elegirnos?

N°1

De Chile
Ranking QS 2026

N°116

En el mundo
Ranking QS 2026

7 AÑOS

De acreditación
en las 5 áreas evaluadas
por CNA

N°1

En Chile
En solicitudes de
patentes de invención

Lo que nos distingue

Profesores de clase mundial

Nuestro proceso educativo es apoyado y guiado por la excelencia, el sello y el prestigio de los académicos de la Pontificia Universidad Católica de Chile, formados en las mejores universidades a nivel mundial.

Moderno modelo pedagógico

Contamos con una plataforma interactiva, con la última tecnología en educación a distancia, que te permitirá vivir la experiencia del aprendizaje en línea: Acceso a clases en vivo y constante interacción en foros, con académicos y tutores.

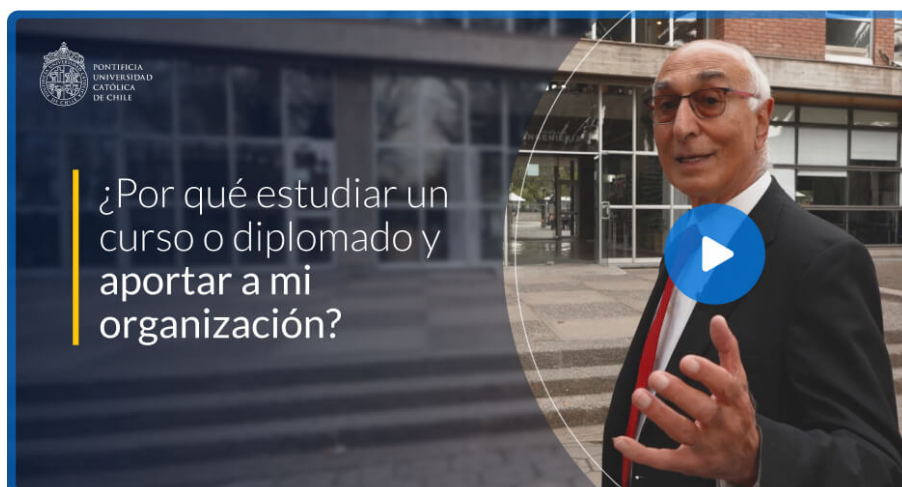
Flexibilidad

Tenemos diversos programas académicos que impartimos con un exclusivo e innovador sistema de aprendizaje, enfocado en la flexibilidad y adaptado a tus necesidades de tiempo y espacio, permitiendo que puedas estudiar donde quieras y cuando quieras.

Cobertura nacional e internacional

Accederás a la plataforma educativa virtual desde cualquier lugar con conectividad a internet sin importar tu ubicación geográfica.

Desarrolla el talento dentro de tu empresa



Conoce cómo impulsamos el desarrollo profesional con programas flexibles y certificados.

Contacto



Kristal Ulloa

Ejecutiva de Admisión

kristal.ulloa@uc.cl



Paulina Valenzuela

Ventas Corporativas

pvalenzr@uc.cl



+569 3400 2670



infoindustrial.ing@uc.cl



ingenieriaindustrial.ing.uc.cl



Ingeniería Industrial

Educación Continua y Postgrados