

CURSO  
ESPECIALIZADO

# RETAIL AND CATEGORY MANAGEMENT



VIRTUAL

DEL 1 DE AGOSTO AL 2 DE SEPTIEMBRE DE 2024  
LUNES Y MIÉRCOLES DE 19.00 A 22.00 HORAS

# EDUCACIÓN



# EJECUTIVA

## Sobre el curso

El curso tiene como propósito proporcionar al alumno los conocimientos y herramientas requeridos para lograr un mayor entendimiento de la industria del *retail*.

El participante podrá conocer los desafíos y las tendencias por las que transitan las industrias, identificar cuáles son las decisiones estratégicas que debe tomar un *retailer*, así como entender la disciplina del *shopper marketing* y su aplicación en el diseño de estrategias para el punto de venta. Además, logrará comprender la manera en que el proceso de *category management* permite gestionar las categorías como unidades estratégicas de negocios, lo que genera la maximización del beneficio de la categoría, centrándose en optimizar la satisfacción del consumidor y su crecimiento rentable.

**MODALIDAD:** Virtual

**FECHAS:** Del 1 de agosto al 2 de septiembre de 2024

**FRECUENCIA:** Lunes y miércoles de 19.00 a 22.00 horas

# Sobre el curso

## ▶ DIRIGIDO A

Profesionales cuyo desempeño se relacione con los resultados obtenidos en tiendas *retail* (tiendas minoristas), como venta, margen y rotación. Ejecutivos que trabajen en el sector *retail* y que tengan clientes en el sector *retail* y aquellos profesionales que interactúen con empresas, como proveedores de mercaderías y servicios.

## ▶ DURACIÓN

El curso te ofrece una experiencia de aprendizaje flexible. Combina 24 horas de sesiones en vivo con el docente y 8 horas de estudio a tu ritmo para revisar lecturas, videos y realizar las actividades aplicativas. Adapta tu aprendizaje a tu horario y aprovecha al máximo tu tiempo.

## ▶ EL CURSO INCLUYE

- Actividades de inducción al Aula Virtual Ulima
- Tutoría virtual

## ▶ CERTIFICACIÓN

Los alumnos que hayan aprobado el curso con nota mínima de once (11) recibirán un certificado digital, otorgado por la Dirección de Educación Continua de la Universidad de Lima, en el que se indicará la calificación obtenida. Dicho documento con firma digital tiene valor legal, de acuerdo a la Ley de Firmas y Certificados Digitales, Ley 27269. El certificado incluye un código QR para comprobar su autenticidad. Luego de 15 días hábiles de culminado el curso, el certificado será enviado al correo electrónico registrado al momento de su inscripción.

En caso de que el alumno no haya aprobado el curso, pero sí cumplido con asistir, como mínimo, al 75 % de las sesiones sincrónicas, recibirá una **constancia de asistencia** otorgada también por la Dirección de Educación Continua.

Asimismo, los alumnos **no deben presentar deudas** con la Universidad para poder obtener la certificación correspondiente.





DOCENTE

# Gino Tejeda Prada

Gerente general de la cadena de tiendas de joyería Bohoo Jewelry. Con más de 20 años de trayectoria en los sectores *retail*, financiero y consumo a nivel nacional e internacional (en países como Colombia, Chile y México). Especialista en el diseño e implementación de estrategias comerciales, desarrollo de categorías y productos, así como en la creación y expansión de canales de venta. Su experiencia abarca desde la concepción hasta la ejecución en empresas de retail diversificado, incluyendo tiendas por departamento, tiendas especializadas en electrónica, retail de moda y venta directa. Magíster en Administración por la Universidad Pacífico. Ingeniero industrial por la Universidad de Lima.

**NOTA:**

La Universidad de Lima se reserva el derecho de reprogramar las clases por causa de fuerza mayor o disponibilidad del docente. Asimismo, el docente programado podrá ser reemplazado por otro de similar perfil académico y profesional, garantizando que la calidad de la actividad académica no se vea afectada. Toda modificación será comunicada a los alumnos.

# Contenido

## RETAIL MANAGEMENT

### ▶ INTRODUCCIÓN AL MUNDO DEL RETAIL

- Situación actual, tendencias y oportunidades
- Evolución del *retail*: tipos y formatos
- Omnicanalidad y canales no tradicionales

### ▶ ESTRATEGIA DEL RETAIL

- Definición del mercado objetivo
- *Marketing mix vs. retail mix*
- Propuesta de valor y diferenciación
- Indicadores para el análisis del *retail*

## SHOPPER MARKETING

### ▶ SHOPPER MARKETING

- Importancia del *shopper marketing*
- Tendencias en los hábitos de compra y nuevas prácticas del *retail*
- Rutas de compra vs. rutas del mercado
- Diseño de tienda: puntos fríos y calientes

### ▶ AMPLITUD O PROFUNDIDAD DE SURTIDO

- Plan de *merchandising*
- Marca propia o de proveedor
- Canasta de compra, clúster de tienda y perfiles de *shopper*

## CATEGORY MANAGEMENT

### ▶ INTRODUCCIÓN AL CATEGORY MANAGEMENT

- Concepto y objetivos del CATMAN
- Definición de categorías
- Segmentación de la categoría

### ▶ PROCESO DEL CATEGORY MANAGEMENT

- Roles, estrategias y tácticas del CATMAN
- Implementación del CATMAN

### ▶ TÁCTICAS DEL CATEGORY MANAGEMENT

- Desarrollo de tácticas de surtido, precio, ubicación, promoción y rotación
- Estructura de un plan de CATMAN

**NOTA:** A fin de que las sesiones sincrónicas sean interactivas y dinámicas, es obligatorio que docentes y estudiantes enciendan sus cámaras. Si tuviera inconvenientes con la cámara de su laptop o computadora, le sugerimos emplear la cámara de su celular u otro dispositivo. Esta medida no afecta la protección de datos personales, porque es de uso exclusivo del dictado de clases. Si desea, puede utilizar los fondos virtuales que ofrece la plataforma Zoom.



# Inversión

Público en general .....	<b>S/ 1600*</b>
Con 25 % de descuento para alumnos y egresados Ulima .....	<b>S/ 1200</b>

## ► DESCUENTOS

(\*) Consulta por nuestras opciones de descuento: pronto pago, para alumnos y egresados Ulima, clientes frecuentes, clientes corporativos, y para exalumnos del Consorcio de Universidades. Los descuentos no son acumulables. Aceptamos todas las tarjetas como medio de pago.

Los cursos están sujetos a aforo. Las vacantes son limitadas.

**NOTA:** Toda rectificación o anulación de matrícula se realiza, a más tardar, un (1) día hábil antes del inicio del curso. Una vez empezado, no se acepta la anulación total o parcial de la matrícula. La participación del alumno es personal e intransferible. El dictado del curso se realizará siempre que se alcance el número mínimo de alumnos matriculados establecidos por la Dirección de Educación Continua de la Universidad.



# Calendario académico

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
AGOSTO				1	2	3	4
				ACTIVIDADES DE INDUCCIÓN			
	5	6	7 SESIÓN 1 19:00 A 22:00 HRS.	8	9	10	11
	12 SESIÓN 2 19:00 A 22:00 HRS.	13	14 SESIÓN 3 19:00 A 22:00 HRS.	15	16	17	18 ACTIVIDAD CALIFICADA 1
	19 SESIÓN 4 19:00 A 22:00 HRS.	20	21 SESIÓN 5 19:00 A 22:00 HRS.	22	23	24	25 ACTIVIDAD CALIFICADA 2
26 SESIÓN 6 19:00 A 22:00 HRS.	27	28 SESIÓN 7 19:00 A 22:00 HRS.	29	30	31		

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
SEPTIEMBRE							1
	2 SESIÓN 8 19:00 A 22:00 HRS.	3	4	5	6	7	8
	ENTREGA Y EXPOSICIÓN DE TRABAJO FINAL						

La publicación del promedio final estará disponible el 5 de septiembre en el Aula Virtual Ulima, desde las 19.00 horas.

Nota 1: Las actividades de inducción asincrónicas están concebidas para que los estudiantes se familiaricen con el Aula Virtual de la Ulima. Su realización es fundamental para lograr un buen desempeño en el curso. Es importante tener en cuenta que este tiempo no se incluye en las horas certificadas.

Nota 2: Las fechas de las sesiones y el docente asignado están sujetos a posibles cambios, que serán informados a los alumnos.

Nota 3: Las actividades correspondientes a la tarea académica, deben ser entregadas en el plazo establecido en el cronograma. De no hacerlo, el alumno tiene la opción de presentar su actividad hasta 48 horas después; en este caso, la calificación será sobre diecisiete (17). Si, finalmente, no las presenta, recibirá una calificación de cero (0).

Nota 4: En las actividades correspondientes a la evaluación final, no se aceptarán retrasos en las exposiciones ni en la entrega de trabajos, y no habrá examen de rezagado. De no cumplir con los plazos establecidos, la calificación será cero (0).

- Asincrónico:**  
Actividades grabadas
- Sincrónico:**  
Actividades en tiempo real en modalidad virtual
- Fecha máxima de entrega de actividades calificadas



**SOMOS EL CAMBIO,  
ESPECIALÍZATE**

INFORMES E INSCRIPCIONES

(01) 4376767 - Anexo 30159  
educacionejecutiva@ulima.edu.pe

 EducacionEjecutivaUlima  
 educacionejecutiva\_ulima  
 educacionejecutivaulima