

PROGRAMA DE
ESPECIALIZACIÓN

Retail Management

 **27** Agosto 2025

 **04** Meses lectivos

Lifelong Learning



Acerca del Programa



PROGRAMA DE
ESPECIALIZACIÓN

Retail Management

 **Modalidad Online:** Clases en tiempo real

Cuando el enfoque tradicional deja de ser suficiente, necesaria es la transformación. En la actualidad, el sector retail demanda un conocimiento profundo de los intereses, hábitos y preferencias de los clientes. Influir en la decisión de compra es ahora un reto mayor ante la información disponible y la particular forma en la que los clientes viven las marcas y consumen sus productos y servicios.

Certificación



Centrum PUCP 

Programa de Especialización en Retail Management



Objetivos

01

Diseñar experiencias de compras relevantes para el cliente enfocadas en la recomendación y posicionamiento de la marca.

02

Desarrollar estrategias de operaciones en retail que favorezcan el uso eficiente de recursos, rentabilidad y entrega de valor al cliente.

03

Utilizar las mejores prácticas, tendencias y propuestas de vanguardia en la dinámica del retail management.

Contenido del Programa

1

Retail Thinking

La pandemia ha sido quizá el principal acelerador de la digitalización en el sector, pues muchos minoristas han debido volcar sus esfuerzos a la venta no presencial, sin embargo, muchas de estas iniciativas no han sido eficientes o se han quedado a medias, en espera de un mejor entendimiento de los cambios que este nuevo contexto ofrece.

Sesión 1-2 • El retail se reinventa

Sesión 3-4 • ¿Cómo ha impactado el covid-19 en nuestro sector?

Sesión 5-6 • Investigando el nuevo escenario

Sesión 7-8 • La Última Milla

Sesión 9-10 • Desarrollo y Presentación Trabajo Aplicativo Final (TAF)

2

Gestión de Operaciones en el Retail

El retail mantiene un dinamismo constante a nivel mundial que las empresas deben asumir de manera continua afrontando grandes retos. No solo desde la propuesta diferenciada de los productos/servicios sino hasta el proceso de la cadena de valor, que involucra el desarrollo de todas las áreas de negocio; permitiendo alcanzar los objetivos de las empresas/organizaciones/compañías.

Sesión 1-2 • Definición del Ecosistema de Operaciones

Sesión 3-4 • Control, Mejora y Eficiencia de Procesos de Continuidad Operacional

Sesión 5-6 • Gestión de proveedores

Sesión 7-8 • Gestión de Cambio y Calidad

Sesión 9-10 • Entrega y exposición de trabajos aplicativos

3

E-Commerce

Desde su aparición, el retail ha pasado por una serie de cambios, el más reciente tiene que ver con el cambio de paradigma del Brick & mortar al Brick & click, la venta on line vista como complementaria a la venta física ya no funciona más, hoy el ecommerce ha cobrado protagonismo en el retail, asimismo en el canal moderno como el tradicional.

Sesión 1-2 • Introducción al E-Commerce **Sesión 3-4** • Proceso de Compra

Sesión 5-6 • Embudo de Ventas **Sesión 7-8** • Generación de Tráfico a la tienda virtual

Sesión 9-10 • E-commerce Analytics

4

Innovación en el Retail:

Con el uso de internet de manera globalizada y la evolución de la tecnología, desde un enfoque de la digitalización; ha producido el desarrollo de la innovación en todos los sectores, entre los cuales se destaca el comercio minorista. Esta transformación ha permitido que las empresas replanteen nuevas formas de hacer su trabajo y llegar al público objetivo.

Sesión 1-2 • Experiencia en Tienda **Sesión 3-4** • Medios de Pago – Comercio Unificado

Sesión 5-6 • El Internet de las Cosas (IoT) en el Retail **Sesión 7-8** • Robots - Big Data y el Retail

Sesión 9-10 • Entrega y exposición de trabajos aplicativos.

5

Liderazgo y Gestión Ágil en el Retail

Los líderes se enfrentan a desafíos que les afectan directamente, a sus equipos y a la organización. Gestionar la adaptación del negocio al entorno, superarlo e imaginar nuevos escenarios es ahora fundamental. Las organizaciones que asumen la transformación demandan de líderes dispuestos a alcanzar resultados de forma temprana, con sinergia y alta determinación.

Sesión 1-2 • liderazgo del desarrollo **Sesión 3-4** • Gestión del clima organizacional

Sesión 5-6 • Líder con habilidades de coach

6

Diseño de Experiencias de Compra

Las tiendas, físicas o digitales, están atendiendo a clientes y usuarios con necesidades, aspiraciones y metas por lograr muy diversas. El modelaje de experiencias permite comprender de forma profunda el pensamiento, comportamiento y emocionalidad de la persona en los diferentes puntos de contacto, por medio de la aplicación de métodos de investigación y análisis de usuarios, interacciones y recorridos. Descubre cómo diseñar y gestionar las experiencias que viven los clientes para facilitar la recordación y el posicionamiento de la marca.

Sesión 1-2 • Estrategia CX

Sesión 3-4 • Métodos y aproximaciones a la investigación CX

Sesión 5-6 • Definiendo el cliente, la persona y su experiencia

Sesión 7-8 • Diseño conceptual: personas y escenarios

Sesión 9-10 • Prototipado: imaginar las posibilidades

Inicio

27 de agosto 2025

Duración y Horario

4 meses lectivos / 90 horas

Lunes y Miércoles de 07:00 a 10:30 p.m.

Modalidad

Online (clases en tiempo real)

Inversión

S/. 4,500

**Para el financiamiento directo otorgado por Centrum PUCP, los participantes y sus respectivos avales deberán suscribir letras de cambio electrónicas como requisito indispensable para estar matriculado en el programa o curso académico escogido.*

La inversión **incluye:**

- Emisión del certificado por Centrum PUCP
- Materiales académicos

La inversión **no incluye:**

- Emisión de otros certificados (participación, constancia de notas, mallas académicas, etc.)

Informes:

✉ executive.centrum@pucp.edu.pe

🌐 www.centrum.pucp.edu.pe

PROGRAMA DE
ESPECIALIZACIÓN

Retail Management



CUATRO ACREDITACIONES GLOBALES



DE EXCELENCIA ACADÉMICA



Nº1 EN PERÚ
EDUCACIÓN EJECUTIVA