

Curso Superior en Dirección de Retail y Centros Comerciales



- **Incrementar** la capacidad de decisión en la Dirección de un Comercio Minorista.
- **Analizar** las disciplinas estratégicas y metodológicas para poder emprender con seguridad y firmeza un proyecto dentro del Canal Minorista en su apartado físico y en su versión e-Commerce.
- Conocer y **actualizar** las últimas novedades del mercado al por menor, nuevas tecnologías y aplicaciones, así como de las disciplinas más vanguardistas en Multicanalidad.

EN BREVE



165 Horas



De Lunes a Jueves
de 19:00 a 22:00 h

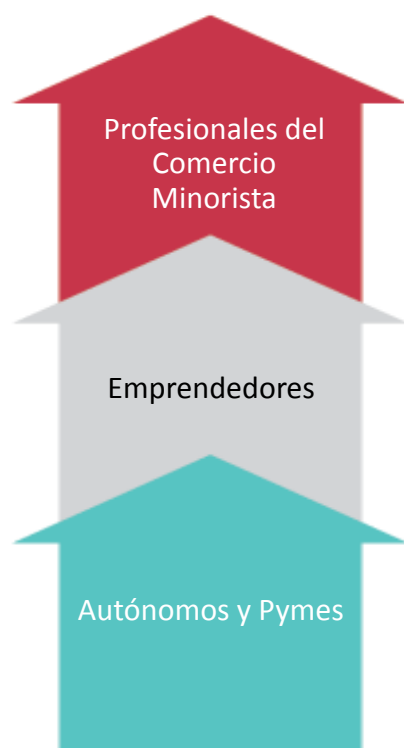


29 de octubre de 2018 a
19 de febrero de 2019



Precio: 2.200€
fraccionable y bonificable

DIRIGIDO A



Personas interesadas en Gestión de Retail y espacios comerciales que deseen dirigir con eficacia su negocio minorista

Este Curso Superior nos guiará y actualizará en disciplinas estratégicas y metodológicas para poder emprender o reforzar proyectos dentro del Canal Minorista, tanto en su versión tradicional como en su e-Commerce. Todo ello dirigido a generar la atracción del consumidor final, su fidelización y la rentabilidad económica del proyecto.



Más de **30 años** de experiencia, avalados por más de **150.000 alumnos**

I. Gestión Estratégica de los Canales de Distribución Minorista

- Los Sectores Económicos y su interdependencia
- Los Circuitos de Comercialización y Distribución en la Empresa
- La ruta del producto hacia el Consumidor Final
- El Canal Retail / e-Retail como plataforma de venta

II. La importancia del Branding y el Customer Experience

- Posicionamiento de la Marca y del Producto
- Estrategia de Marca en modelos de éxito
- Creación de unos KPI's adecuados
- Benchmarking de competencia y productos
- Neuromarketing y elementos de una experiencia
- Análisis del pensamiento creativo
- Arteting y el emotion matching

III. Modelos competitivos y de crecimiento en el Canal Minorista

- Decisiones estratégicas competitivas en Retail: La Diferenciación
- Modelos de crecimiento: Diversificación
- La Franquicia como patrón de éxito en el mercado actual
- Tendencias retail y nuevos formatos comerciales
- La Creatividad Empresarial en un Proyecto Emprendedor
- Generación y Gestión de Marca Blanca en el Comercio Minorista



IV. Los Centros Comerciales

- Definición/ Diferencias de Centro Comercial y Centro Comercial Abierto
- La Sinergia: Base del éxito
- Planificación y Puesta en marcha
- Marco Jurídico. Otras implicaciones legales
- Configuración y Estructura
- Planificación y Organización de actividades
- Funciones de la Gerencia del Centro Comercial
- La seguridad del Centro Comercial

V. Gestión Presupuestaria y Comercial de un Centro Comercial

- Objetivos de la Gestión
- Presupuestos y Resultados
- La relación con Ayuntamientos y otras instituciones
- Implicaciones fiscales
- Plan de Marketing de un Centro Comercial
- La Comunicación : Gestión de la Imagen
- Acciones Promocionales y Merchandising
- Publicidad Conjunta: Ventas y Campañas Especiales
- Caso Práctico.

VI. Estudio de Mercado y Análisis del Consumidor Retail

- Análisis PEST: recorrido 360º de nuestro entorno global
- Estudio de nuestra Competencia, directa e indirecta
- Seguimiento y captación del Consumidor Multicanal
- Estrategias de Segmentación. El Customer Centric
- Tipologías de establecimientos on y off. El Customer Journey
- Políticas de Captación y Fidelización



VII El Plan de Marketing en Canal Minorista

- Técnicas de investigación de mercados minoristas.
- Plan de Comunicación y Promoción
- Análisis DAFO de nuestro Proyecto Retail
- Ciclo de Vida del Producto / Servicio
- Category Management
- Modelización e Implantación en el Espacio Comercial
- Visual Merchandising
- Gestión de precios y márgenes en Comercio Minorista
- Campañas y Promociones en el Punto de Venta (On y Off)
- Retail Intelligence. Técnicas de Optimización del Punto de Venta
- Data Analytics

VIII “e-RETAIL”: Comercio Electrónico y Marketing On Line

- Factores Clave en el Diseño del Web-Site
- Marketing On Line: Escaparate Digital y Campañas E-Retail
- Funcionamiento del E-Commerce
- Gestión de Contenidos
- Posicionamiento SEO y SEM
- Redes Sociales y Mobile Marketing
- Modelos Multicanal

IX La Dirección de Operaciones en el Comercio Minorista

- Gestión de Compras y Aprovisionamiento para el Punto de Venta
- Selección y Relación con Proveedores
- Las Operaciones internas y externas al propio Comercio
- Control de Stocks y Logística en Canal Retail
- El E-Commerce y su Gestión de Operaciones



PROCESO DE ADMISIÓN

Las personas interesadas deberán enviar por correo electrónico a directivospostgrado@camaramadrid.es, la siguiente documentación:

1. El impreso de "[Solicitud de Admisión](#)" totalmente cumplimentado y con una fotografía.
2. Originales o copias de los títulos académicos del máximo nivel conseguido y de los que voluntariamente desee añadir.
3. Curriculum vitae actualizado.
4. Fotocopia completa del DNI o pasaporte.

Una vez revisada la documentación, el comité de admisión notificará su decisión a los interesados en el plazo más breve posible, dando preferencia a las solicitudes presentadas con mayor antelación.

MATRICULACIÓN e INSCRIPCIÓN

Precio total : 2.200 €

Matrícula: 850 €

Mensualidades: 450 € (3 mensualidades)

Ayudamos a tu empresa a gestionar la bonificación de este curso, contacta con nosotros antes de 10 días de su inicio.

DURACIÓN, FECHAS Y LUGAR DE CELEBRACIÓN

Duración: 165 horas.

Fechas de Celebración: 29 de octubre de 2018 al 19 de febrero de 2019

Horario: de lunes a jueves de 19:00 a 22:00 h,

Lugar de Celebración: Centro de Formación de la **Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Madrid** c/ Pedro Salinas 11, 28043 Madrid

Cómo llegar: Autobuses: Líneas 9, 11, 53, 70, 72, 73 y 120

Metro: Línea 4, estaciones Arturo Soria y Avda. de la Paz





Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Madrid

C/ Pedro Salinas 11, 28043 Madrid

Tel. 91 538 35 00/38 38

directivospostgrado@camaramadrid.es

www.camaramadrid.es

