



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

IV MÁSTER PROPIO UNIVERSITARIO EN RETAIL MARKETING

masterenretailmarketing.uma.es



FACULTAD DE
COMERCIO
Y GESTIÓN

INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN



En la economía mundial, el retail representa el 30% del PIB global y en España, es una de las grandes contribuciones durante los últimos años para el crecimiento del país.

La transformación del sector retail, así como la transformación digital, traen consigo oportunidades en las que se debe trabajar de manera conjunta con equipos capacitados que permitan responder de forma eficiente al consumidor actual.

Los profesionales del marketing deben poder llegar a los clientes en cada paso del recorrido de compra, y para ello, es clave **conocer el comportamiento del consumidor así como todas las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías**. La oportunidad no solo está en relacionarse con el consumidor en el momento de compra, sino en anticiparse, entendiendo su necesidad y brindando la respuesta oportuna en ese instante

El cliente español se ha consolidado como un usuario omnicanal. Utiliza la tecnología antes, durante y después de los procesos de compra manejando con fluidez la combinación de herramientas digitales y canales físicos

- El número de compradores online ha aumentado un 70%.
- Pero solo el 20% de empresas vende hoy en día por Internet.

INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN



El futuro inmediato en el sector de retail pasa por que las tiendas físicas se transformen en espacios interactivos que completen la experiencia de usuario.

La combinación entre los factores físicos y digitales están generando nuevas oportunidades y grandes players digitales están abriendo puntos de venta físicos para aumentar sus ventas. Las tiendas físicas son cada vez más digitales con el objetivo de aportar valor en la experiencia de compra.

El cómo afrontar esta integración de canales entre lo digital y lo físico, es uno de los principales objetivos de aprendizaje que se persiguen con la impartición del **Máster Propio en Retail Marketing de la Universidad de Málaga**.

Los conocimientos impartidos estarán enfocados en mejorar la experiencia omnicanal del cliente, en cómo ofrecer experiencias personalizadas y en el uso de las herramientas digitales adecuadas para llevar a cabo una transformación digital óptima.

En Andalucía no hay una experiencia educativa similar, de ahí la necesidad de implantarla y la alta demanda de estos profesionales.



OBJETIVO GENERAL

Aportar una formación específica y eminentemente práctica en trade marketing, distribución y retail que permita plasmar con éxito las funciones y directrices de marketing y ventas en la nueva era del comercio.



OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Formar a profesionales para que adquieran un alto grado de conocimiento y especialización en el sector retail.
- Facilitar la inserción laboral en este sector, y/o desarrollo profesional de los trabajadores actuales del mismo a través de la promoción a puestos de responsabilidad en el ámbito del retail marketing.
- Aportar a los titulados universitarios y profesionales, especialmente del área del marketing y la administración de empresas, una vía de especialización profesional, en un área de gran crecimiento, que le permita aportar valor añadido como profesionales del marketing.

A QUIÉN VA DIRIGIDO

- Retail store managers.
- Jefes de sección en grandes superficies.
- Responsables de comercio on-line.
- Franquiciadores/franquiciados.
- Trade marketing managers.
- Ejecutivos de marketing.
- Category managers.
- Propietarios de establecimientos minoristas.

- Titulados universitarios, especialmente en el área del marketing y la administración de empresas que deseen desarrollar su carrera profesional en el sector retail. (posibilidad de acceso con el 80% créditos superados)
- Trabajadores del sector con experiencia que deseen mejorar su formación y prepararse para asumir funciones de responsabilidad dentro de esta industria.
- Empresarios y emprendedores que busquen entrar en el sector retail desarrollando proyectos propios o expandir sus negocios.



CALENDARIO Y ESTRUCTURA

60 Créditos en formato semipresencial, con 300 horas de docencia teórico-práctica en aula.

***Posibilidad de convalidación de créditos con experiencia profesional: 15 Créditos de prácticas en empresas (equivalente a 3 meses a tiempo parcial).**

- ➔ **DURACIÓN: OCTUBRE 2021 a JUNIO 2022**
- ➔ **HORARIO: Viernes tardes de 16,30 a 21,00 horas y sábados de 9,15 a 13,45 horas**
- ➔ **PLAZAS: El programa tiene un máximo de 25 plazas.**
- ➔ **UBICACIÓN: Facultad de Comercio y Gestión, Universidad de Málaga**



PROGRAMA

MÓDULO I: Entorno y situación actual del retail / shopper

- **La distribución comercial y el marketing**
- **Situación del retail en Europa y el Mundo**
- **Datos del sector a nivel nacional**
- **El shopper: comportamiento y segmentación y tendencias**
- **Modelos de negocio del sector Retail**

PROGRAMA



MÓDULO II.

Estrategias de Retail marketing

- La gestión del surtido y producto
- Marca del distribuidor
- Estrategias de precios en el sector Retail
- La captación y atracción al punto de venta
- Estrategias de expansión en el sector Retail

PROGRAMA

MÓDULO III: Gestión del Punto de venta

- **Atmósfera y experiencia de compra**
- **Venta cruzada**
- **Visual merchandising y animación en el punto de venta**
- **Trade marketing y distribución**
- **Selección y seguimiento de los indicadores (KPI)**
- **Neuromarketing: comportamiento del consumidor frente a la publicidad/PLV**
- **Estrategias por canal de distribución**
- **Estrategias omnichannel, desarrollando experiencias de compra**
- **Dirección de los equipos de ventas**
- **Gestión de RRHH en el retail, motivación y compromiso**

PROGRAMA

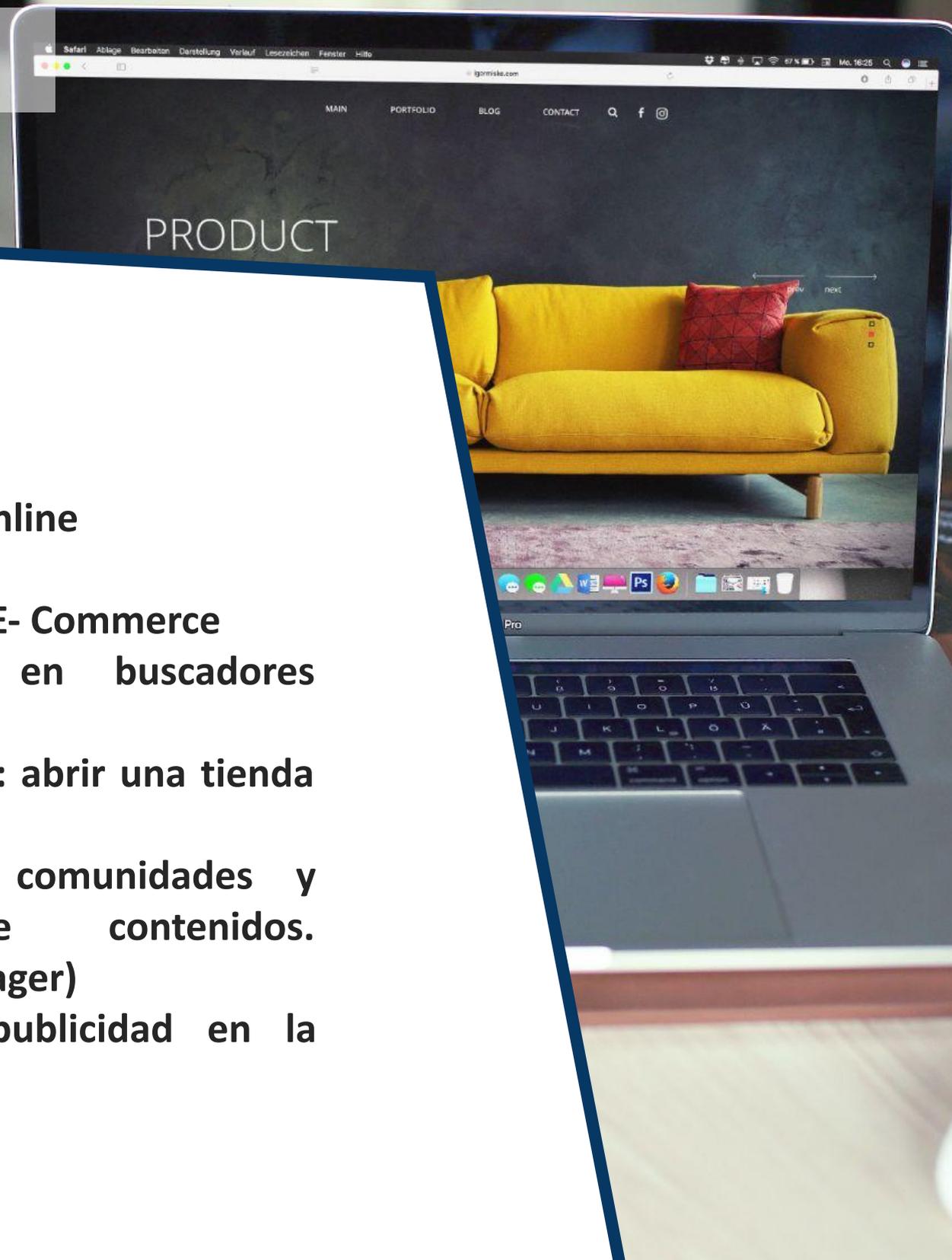
MÓDULO IV: Fidelización de clientes

- Técnicas de fidelización de clientes y servicio post venta.
- Explotación de Big Data
- CRM y sus aplicaciones
- Perfil del cliente fiel



MÓDULO V: E- Commerce, Retail online

- Plataformas para E- Commerce
- Posicionamiento en buscadores (SEO y SEM)
- Retail intelligence: abrir una tienda física y on line
- La gestión de comunidades y generación de contenidos. (Community Manager)
- Gestión de la publicidad en la tienda digital



PROGRAMA

MÓDULO VI: Gestión de compras y negociación como estrategia competitiva

- La gestión de compras
- Negociación comercial
- Gestión de stocks
- Logística comercial



Además del temario general, se incluyen seminarios transversales de:

RETAIL EN LA MODA:

- A través del método del caso

RETAIL DE LUJO

- En las instalaciones de El Corte Inglés en Puerto Banús, de la mano de Gael Vignon, responsable marketing internacional, Pedro Martínez Gallego y José Navarro Laguía, director y subdirector respectivamente de ECI Marbella.

RETAIL DEL SECTOR DEL AUTOMÓVIL

- Visita a empresa destacada del sector automovilístico acompañado por uno de los profesionales responsables de la compañía.

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y VISITAS A EMPRESAS

- Clases prácticas en Media Markt Vialia, IKEA, Mercadona...
- Asistencia a eventos relevantes del sector, en la I ed. acudimos al Retail Forum 2019 en Madrid.

PONENTES

El claustro de profesores lo forman una combinación de destacados profesionales con amplia experiencia en el sector del retail y el marketing, junto a profesores universitarios de esta área, con una extensa experiencia académica, investigadora y empresarial. Entre ellos podemos citar:



PONENTES

Emmanuel Aguilar González

Head of Regional and OnLine Accounts en JDE (Jacobs Douwe Egbers), segunda empresa a nivel mundial en el mercado de Cafés e infusiones, con marcas como Marcilla, Saimaza, L'Or, Tassimo, Hornimans y Natreen. Licenciado en Administración y Dirección de Empresas y Máster en Administración y Dirección de Empresas por ESADE con más de 20 años de experiencia en empresas de sector Gran Consumo, Product Manager, Brand Manager, Responsable de Trade/Shopper Marketing, Responsable de Demand Planning, Key Account Regional, Key Account Nacional, Key Account Manager, etc.

Pilar Alarcón Urbistondo

Catedrática E.U. Área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Málaga.

Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Málaga.

Benjamín del Alcázar Martínez

Profesor Titular de Marketing Universidad de Málaga.

Doctor en Administración de Empresas. Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Málaga.

Guillermo J. Bermúdez González

Profesor Titular Área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Málaga.

Doctor en Administración de Empresas (UMA), Máster en Internacionalización de Pymes (OEI).

Cristina Blázquez Martín

Ex-Consumer Insights Senior Consultant en Nielsen

Licenciada en Ciencias Matemáticas, Estadística e Investigación Operativa. Más de 15 años de experiencia en Nielsen ocupando diversos puestos de responsabilidad en áreas de investigación de mercados

Ana María Casado Molina

Profesora de Marketing Universidad de Málaga

Doctora en Comunicación y Marketing por la Universidad de Málaga y Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Complutense. Ha sido Directora de Marketing y Comunicación en diversas empresas, como Grupo Mundo, Ingram Micro y Andyko Soft

Francisco Miguel Doval Aguin

Director Distribution Center & Transportation Southern Europe en Adidas

Licenciado en Ciencias Tecnológicas por la Universidad de Wales, ha sido Director In Store Logistic en IKEA y Director de Distribución y Transporte en Heinz

PONENTES

Igone Castillo Oramas (Dra. Retail)

Consultora independiente en marketing y diseño para el sector comercio en Doctora Retail

Graduada en Decoración-Interiorismo y Técnica en Gestión Comercial y Marketing. Bloguera en <http://doctora-retail.com>, también ha redactado contenidos para la revista Emprendedores o Profesional Retail. Formadora y conferenciante para entidades que buscan el impulso del comercio en su zona (Cámara de Comercio, Asociaciones zonales y Federaciones de Comerciantes) y otras empresas privadas.

Carlos Castillo Rico

Ex CRM Manager en el grupo L'Oréal para España y Portugal.

Máster Executive en Dirección Comercial y Marketing y Licenciado en Dirección de empresas y marketing por CESMA, Escuela de Negocios. Curso Superior de Especialista en marketing y publicidad en Internet y Curso Superior de Diseño y creación de páginas web por CESMA. Profesor de OBS Online Business School.

Manuel Domínguez de la Maza

Director General de Mayoral

Ha sido director de la franquicia española de PEPSI COLA. En 1993 se incorporó a Mayoral. En 2006 fue nombrado director de retail de Mayoral, para luego ocupar el cargo de consejero delegado de la compañía. Graduado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Málaga, También ha cursado sus estudios en universidades como Kellogg y Columbia, y cuenta además con un máster de IESE.

Ildefonso Espinosa Garrido

Director General Aceites Espinosa

Máster en Business marketing por la UMA, Máster en Dirección Financiera por ESIC, Programa Superior en Dirección de Ventas ESIC y Licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la UMA

Mar de Pablo Prieto

Interior Design Manager at IKEA Group

Más de 15 años de experiencia en puestos relacionados con la gestión de proyectos de espacios interiores en empresas como Grupo 10, Proyectarq, Paco Terán y Luxury Home. Desde hace cinco años forma parte del equipo de IKEA Málaga, primero como Interior Designer y posteriormente como Interior Design Manager.

Inmaculada Gallego

Directora del Área de Estudios del Área de Estadística e Investigación de Mercados de la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y el Deporte de Andalucía y Profesora de Marketing de la Universidad de Málaga. Doctora por la Universidad de Málaga y Licenciada en Administración y Dirección de Empresas

PONENTES

Carlos García Perujo

Gerente Centro Comercial Centro Plaza

Licenciado en Investigación y Técnicas de Mercado por la Universitat Oberta de Catalunya, Diplomado en Ciencias Empresariales por la Universidad de Málaga, Máster MBA Plus EXECUTIVE por el Instituto de Práctica Empresarial y Máster en Dirección y Gestión de Recursos Humanos por Escuela de Formación Empresarial. Consultor y formador, orientado a la dirección y ejecución de proyectos de Marketing, tanto en organizaciones del sector público como privado.

Álvaro Garrido

Executive Manager Director DELAROM, Paris

Especialista en dirección de marketing de marcas de lujo en el sector retail como Samsonite, American Tourister, timberland, lacoste, black label, compraamiga.com; latiademidiaset, etc. Licenciado en Derecho y Administración de Empresas por ICADE, Programa de Desarrollo Directivo del IESE y profesor en diversas escuelas de negocio como ESIC, IESE e ICADE.

Deborah González

Jefe de equipo en EULEN, S.A.

Especialista de gestión de recursos humanos con amplia experiencia en diferentes empresas del sector retail

Juan Carlos Gordo Pallás

Jefe de Ventas del Canal Especialistas en Adidas.

Miembro del Consejo de Administración de Automóviles Hispania, Profesor de diferentes Escuelas de Negocios, Conferenciante y Consultor de empresas.

Antonio José Guerrero Gómez

HR Manager IKEA Málaga

Licenciado en Derecho por Universidad de Murcia. Master en Dirección de RRHH en FUNDESEM. Lleva trabajando en el Dpto. de RRHH de IKEA desde hace 11 años. Facilitador acreditado en el programa #IKEAMALAGATALENTO

Pablo Gutiérrez Porcuna

Socio y Director General de Operaciones Mundofranquicia.

Licenciado Economía Universidad de Granada. MBA. Ha participado en el desarrollo de más de 200 proyectos de franquicia en los sectores de restauración, retail y servicios. Profesor de distintas escuelas de negocio en España en el área de estrategia y marketing

PONENTES

Lorena López Sala

Marketing Manager en Les Roches. Ex Marketing Manager para España y

Portugal de Bestseller. (Jack & Jones, Only, Selected, Vero Moda, Name it, Pieces y Outfitters Nation) y Asesora de marketing de Sostrene Grene

Miembro del Comité Internacional de Marketing de la marca. Master en Dirección de Marketing y Ventas. Curso Superior de Dirección estratégica y comercial. Curso Superior en Dirección de Marketing y Curso Superior en Plan de Marketing.

Jesús Estrada

Senior Marketing Manager Reebok

Responsable grandes cuentas en Adidas + Reebok. Ha sido Responsable de jefes de productos en Universal Pictures, Jefe de producto en Osborne Distribuidora y en McCann Erickson ha trabajado con marcas como Coca-Cola, Mapfre, Telefónica, L'Oreal, Opel, Campofrío, entre otras, en el equipo de desarrollo estratégico.

Sebastián Molinillo Jiménez

Catedrático Marketing de la Universidad de Málaga.

Doctor en Administración y Dirección de Empresas. Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Málaga.

Javier Nogueras

Responsable Área de Nespresso

Profesional, más 15 años de experiencia en retail. Ganador del concurso internacional de Merchandising Nespresso 2016, en la categoría Special Event en el Trade

Juan Carlos Peña Castro

Director eCommerce Cash Converters

Profesional con experiencia en posiciones como: Customer Experience Specialist en Oracle, Head of Operations and Business Process en el Corte Inglés o Head of Marketing en Gisela.

María Ortiz

Responsable de fidelización, CRM y E-mail marketing en Disruptivos

Ha sido Project Manager en tiendanimal.com y todocoleccion.com y Responsable de Marketing y Comunicación del Centro Comercial Parque Miramar entre otros. Actualmente arranca y mantiene estrategias de marketing para diferentes empresas B2B y B2C. Licenciada en Publicidad y RR.PP y Máster en Gestión Comercial y Marketing.

Carmen Jambrino Maldonado

Catedrática E.U. de Marketing UMA

Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Málaga.

PONENTES

Miguel Puerto Jiménez

Local Marketing and Communication Manager en IKEA Málaga

Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la UMA. Master en Dirección de Comunicación para Empresas e Instituciones por la UCAM. Más de 10 años de experiencia en el Dpto. de Marketing de IKEA Málaga. Facilitador Programa IKEA Málaga Talento .

Pere Ripoll Bonnin

Sales Director en Gartner y Socio Fundador en ejuniper.com, Roibos.com y marathonia.com

Executive MBA en IE, Global Management Program en IESE, BSc Electrical Engineering University of Southern California. Lecturer en la Universidad Internacional Menéndez Pelayo y en la Universitat de les Illes Balears

Gloria Santiago Méndez

Manager Área Andalucía Nestlé Nespresso y Profesora Asociada de Marketing en la Universidad de Málaga.

Doctora por la Universidad de Sevilla y Licenciada en Administración y Dirección de Empresas.

Plácido Sierra

Consultor Ejecutivo de Turismo y Planificación Costa del Sol y Profesor de marketing de la Universidad de Málaga.

Doctor en Marketing e Investigación de Mercados, Universidad de Málaga y Licenciado en Administración y Dirección de Empresas. Máster en Analítica web por Kschool.

Ana Siles Fernández

Consultora Senior en Marketing Operativo, Telefónica. Dirección de ventas grandes clientes en Banca, Retail, Ocio y Turismo.

Doctora en Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid. Máster en Dirección Comercial y Marketing, Instituto de Empresa Madrid.

Enrique Vicente Elías

Responsable Económico, Estrategia y Marketing Captación de Carrefour

MBA con especialización en Marketing y ventas por la EOI; Ldo. Administración y Dirección de Empresas, Universidad de Salamanca y "Doing Business in China" por Shanghai International Studies University

Jesús Soto Rueda

Director Global Comercial y Marketing en Prolongo (FACCSA-Prolongo)

Más de 18 años de experiencia en el Sector del Gran Consumo, 12 años en Lactalis PULEVA y 6 años en Grupo Ebro Foods. 6 años de experiencia en el área Comercial y 12 años en el área de Marketing. Programa Intensivo de Dirección de Empresas en la Escuela de Negocios San Telmo.

PONENTES

Gerardo Casas Fernández

Marketplace Manager Tiendaanimal

Licenciado en Ingeniería Informática por la Universidad de Granada con más de 15 años de experiencia ocupando puestos de responsabilidad y emprendiendo negocios de e-commerce, entre los que destaca: Cofounder — Merged with Vinopremier en Grupo Decantia; CEO en Wine & Gourmet Company; Dirección de Proyecto en Ron Barceló Internacional.

Álvaro Rescalvo García de la Barga

Jefe de Ventas Lidl Supermercados España

Diplomado en Ciencias Empresariales por la Universidad de Valladolid, Máster en Dirección Financiera y Experto en Dirección Deportiva de Fútbol, cuenta con más de 8 años de experiencia en el sector retail, ocupando puestos de Jefe de Ventas en Lidl Supermercados, Gerente Regional de Ventas y Gerente Regional de Expansión en Grupo DIA o Responsable de Expansión en Carrefour.

Juan Pedro Hernández Rodríguez

Director Retail High Street Andalucía en Savills Aguirre Newman

Licenciado en Derecho por la Universidad de Granada, cuenta con una amplia experiencia en la gestión inmobiliaria del sector retail, habiendo ocupado puestos como Responsable Retail de King Sturge Málaga. Director jurídico Oficina técnica de Urbanismo de la Junta de Andalucía (Comarca norte Jaén).

Luis Marín Gálvez

CEO Wallace Consultores MASERATI Brand Ambassador SUR de España

Experto en diseño, planificación y despliegue de Estrategias de Inteligencia Relacional, Diplomacia Corporativa y Desarrollo de negocio, con especial “focus” en empresas del mercado Premium y Universo del Lujo .Especialista en Gestión Comercial, Investigación de Mercados y Comercio Exterior.

Javier Moral

Online Marketing & Business Development y fundador de Disruptivos, agencia especializada en desarrollo de negocio en internet y comercio electrónico.

Ha sido responsable de las estrategias de captación y conversión online de grandes ecommerce nacionales e internacionales, y tiene más de 10 años de experiencia en acciones SEO, SEM y Analítica Web. Ha ocupado puestos de responsabilidad en marketing digital en tiendanimal.com y hoteles.com, entre otras.

Blanca Piédrola Báez

Directora de Personas Cash-Converters

Cuenta con más de 10 años de experiencia al frente de departamentos de RRHH en empresas del sector Retail, como HR Manager en DIA GROUP, Directora de Personas & RSC en Tiendanimal y Directora de Personas en Cash-Converters.

PRÁCTICAS EMPRESAS

Existen acuerdos con empresas como Mayoral, IKEA, Jack & Jones, Mundofranquicia, Mi Colchón, Tiendanimal, Media Markt, Leroy Merlin, Grupo Activa Lucas, entre otros, para la realización de las mismas, que en su mayoría serán remuneradas.

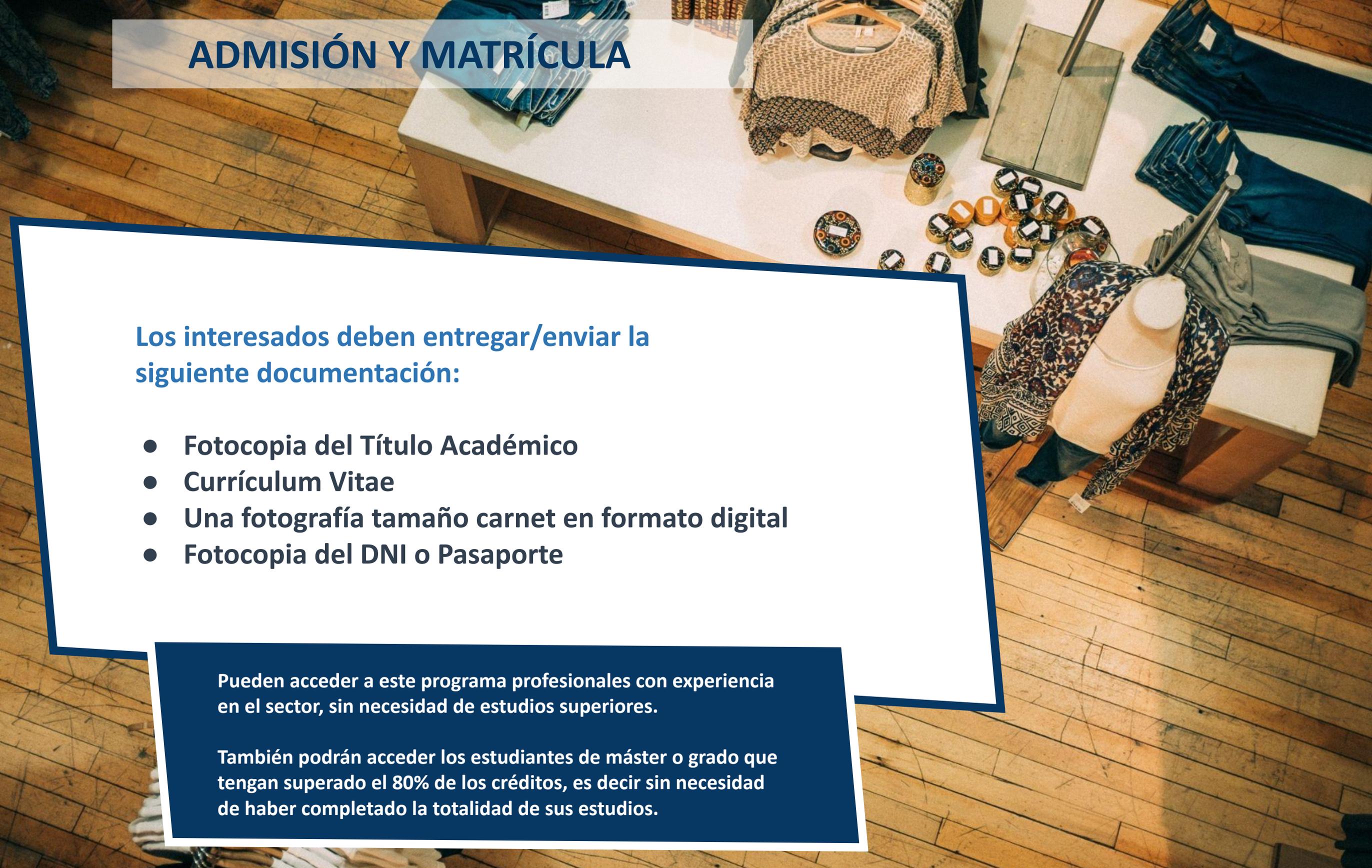
El periodo de realización de las prácticas será preferentemente a partir del mes de abril, pero se intentará ajustarse a las necesidades de las distintas empresas y alumnos.

El programa contempla 15 créditos de prácticas en empresas, que equivalen a 3 meses aproximadamente en media jornada.

Aquellos profesionales que cuenten con experiencia en el sector y deseen convalidar las prácticas, podrán hacerlo documentando su trayectoria profesional en este sector.

The logo for micolchón, featuring the brand name in white lowercase letters on a red rectangular background.The IKEA logo, consisting of the word "IKEA" in blue capital letters inside a yellow oval with a blue border.The JACK & JONES logo, with "JACK" and "JONES" in black capital letters separated by a red square.The Carrefour logo, featuring a stylized blue and red symbol above the word "Carrefour" in blue.The mundofranquicia logo, with the brand name in red lowercase letters.The Tiendanimal logo, with "Tiendanimal" in green and black, a paw print icon, and the tagline "Entendemos a las mascotas" below.The LEROYMERLIN logo, with the brand name in black capital letters on a green triangle.The Media Markt logo, with "Media Markt" in red and black, featuring a stylized red swirl.The mayoral logo, with the brand name in blue lowercase letters.The JUAN LUCAS logo, with the brand name in blue capital letters on a yellow background.The activa logo, with a yellow star icon and the word "activa" in white lowercase letters on a blue background.

ADMISIÓN Y MATRÍCULA



Los interesados deben entregar/enviar la siguiente documentación:

- Fotocopia del Título Académico
- Currículum Vitae
- Una fotografía tamaño carnet en formato digital
- Fotocopia del DNI o Pasaporte

Pueden acceder a este programa profesionales con experiencia en el sector, sin necesidad de estudios superiores.

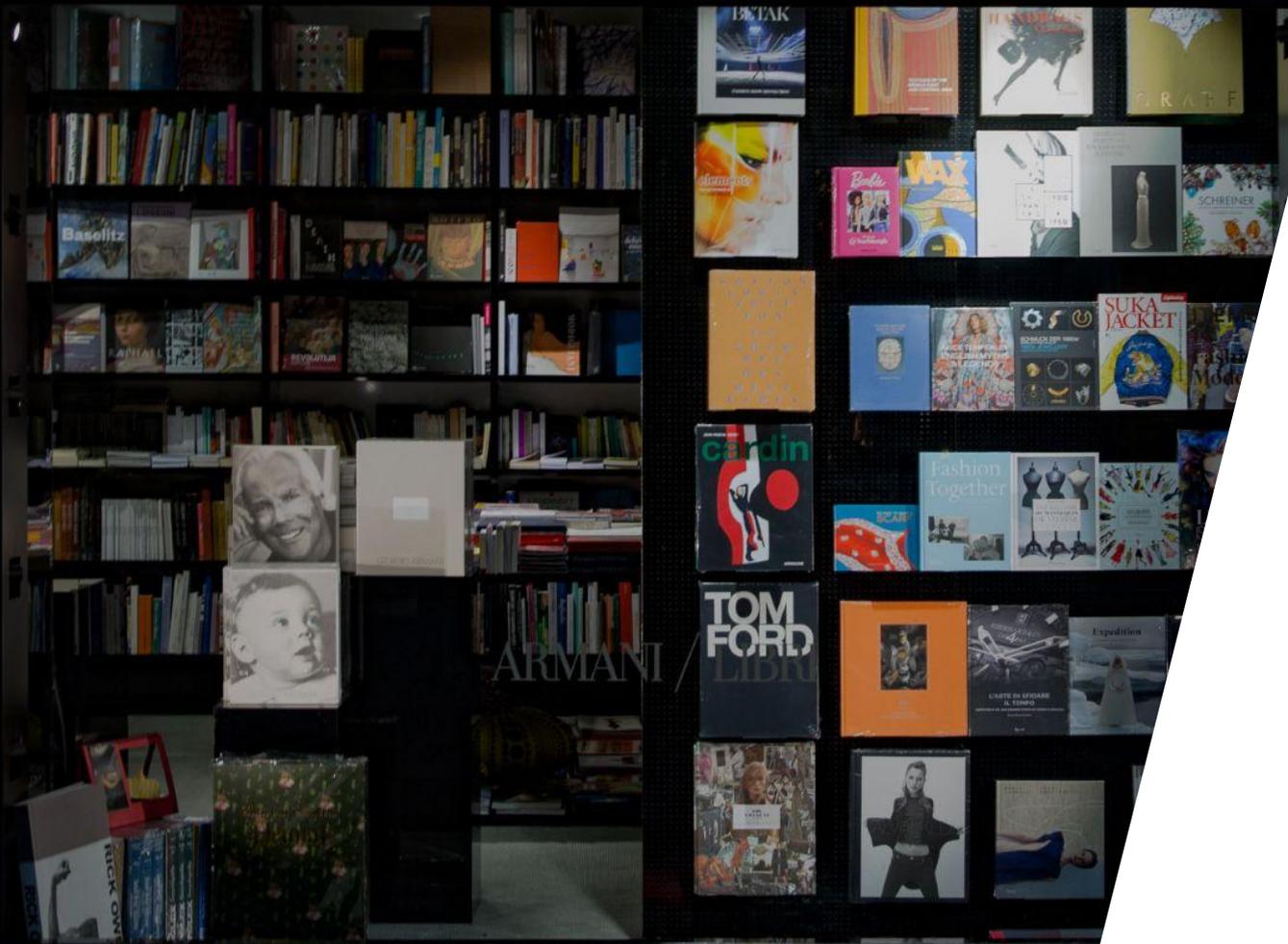
También podrán acceder los estudiantes de máster o grado que tengan superado el 80% de los créditos, es decir sin necesidad de haber completado la totalidad de sus estudios.

PREINSCRIPCIÓN Y MATRÍCULA

- Fecha preinscripción:
Hasta el 10 de julio 2021

- Fecha matrícula:
Hasta el 23 de julio 2021

- Precio y forma de pago:
 - Total 4300€
 - Preinscripción: 600€ (tras admisión)
 - 1er plazo: 2000€ Matrícula
 - 2º plazo: 1700€ antes del 31/12/21



Más información:

uma.es



Facultad de Comercio y Gestión
Avda. Profesor Francisco Trujillo nº 1
29071 Málaga



951 952 013 / 951 952 065



masterenretailmarketing@uma.es



masterenretailmarketing.uma.es

