

— **Marca la diferencia** —  
Toma un camino *diferente* y no llegarás donde todos

# Where?

VII MÁSTER DE FORMACIÓN PERMANENTE EN  
**RETAIL MARKETING**



UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA



FACULTAD DE MARKETING  
Y GESTIÓN



**"El secreto del éxito en retail  
es pensar como un cliente,  
no como un vendedor"**

*- Sidney Toledano*

## **Coordinación**

Benjamín del Alcázar Martínez

# 01

## **PRESENTACIÓN DEL MÁSTER**

---

# 02

## **OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS**

---

# 03

## **PERFIL DEL ALUMNADO**

---

# 04

## **CALENDARIO Y ESTRUCTURA**

---



**05** PROGRAMA  
DEL MÁSTER

---

**06** CLAUSTRO DE  
PROFESORADO

---

**07** PRÁCTICAS  
DE EMPRESA

---

**08** ADMISIÓN Y  
MATRÍCULA

---



En la actualidad en el sector  
**del comercio minorista...**

**70%**

Aumento de los  
compradores  
**online**

**20%**

De empresas  
**venden** en  
internet

**01**



# Presentación

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.

Los cambios del entorno 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 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 en Formación Permanente en Retail Marketing**.

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.



# 02

## Objetivo General

Aportar una **formación específica** y eminentemente práctica en trade marketing, distribución, ventas, merchandising, y retail en general 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 sin finalizar el grado, con menos de 30 créditos pendientes sin incluir el trabajo de fin de grado y las prácticas externas).
- 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.



Excepcionalmente, podrán acceder sin titulación universitaria, aquellos profesionales y/o empresarios que acrediten experiencia laboral en el sector.

# 04 Calendario y Estructura



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

**\*15 créditos de prácticas en empresas.** (Posibilidad de convalidación de las mismas a través de la experiencia profesional).

**DURACIÓN:** OCTUBRE 2024 a JUNIO 2025

**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 Marketing y Gestión, Universidad de Málaga.

# 05 Programa del máster



## MÓDULO 1

### 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



## MÓDULO 2

### 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

## MÓDULO 3

### 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

## MÓDULO 4

### 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 5

### **E- Commerce, Retail online**

- Plataformas para E- Commerce
- Posicionamiento en buscadores
- Retail intelligence
- La gestión de comunidades y generación de contenidos.
- Gestión de la publicidad en la tienda digital

## MÓDULO 6

### **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**

**RETAIL DE LUJO**

**RETAIL DEL SECTOR DEL AUTOMÓVIL**

**ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y VISITAS A EMPRESAS**







MÁSTER  
RETAIL  
MARKETING

uma.es



# 06 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:

## 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 de Marketing. 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 Empresariales por la Universidad de Málaga.

Miembro del Comité de Expertos de AER, Asociación Española de Retail.

## 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).

## 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

## Gerardo Casas Fernández

Head of Ecommerce Toys”R”Us

Licenciado en Ingeniería Informática por la Universidad de Granada, titulado en Inteligencia Emocional y ex Marketplace Manager en Iskaypet.

## 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

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.

## Xavier Cross Benlliure

Fundador de Across the Shopper, empresa especializada en el conocimiento del shopper

---

Más de 12 años de experiencia en AECOOC, como responsable de Shopper Knowledge y Brand.

## Mar de Pablo Prieto

Interior Desing en IKEA Group

---

Más de 12 años de experiencia en importantes empresas, ocupando puesto de máxima responsabilidad en arquitectura de interiores de espacios comerciales.

## Ana Díaz del Río

Consultora de Negocios especializada en moda en [www.anadiazdelrio.com](http://www.anadiazdelrio.com)

---

Responsable de la Comunicación, Marketing Online y Social Media de Nº3 o Anna Lozabai, ha asesorado a más de 150 empresas de la Industria de la Moda. Formadora de Marketing Digital, Redes Sociales, Estrategias para eCommerce y Comunicación digital para Masters, Escuelas de Negocio & Formaciones privadas como FUNDESEM, EOI, Santillana o Diputación de Málaga.

## 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

## Jesús Estrada Royo

Director de marketing y comunicación y Ex-Reebok Senior Manager Brand Comms & Omnichannel Activation

---

Actualmente Chief Revenue Officer (Sales + Marketing) Libelium. Ha sido responsable grandes cuentas en Adidas + Reebok; 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 de las marcas

## José Juan Fernández Gumiel

Owner & Manager en RBS Retail Business Solutions

---

Licenciado en gestión Comercial y Marketing por ESIC y Executive education program por IE. Ha sido Head of Retail Adidas España y Manger en Fútbol Emotion.

## 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.

## 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.

## Juan Carlos Gordo Pallás

Ex-Jefe de Ventas del Canal Especialistas en Adidas, actualmente cofundador de Alejandría Edutech

---

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

## Juan Pedro Hernández Rodríguez

Associate Director Retail High Street 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).

## Carmen Jambrino Maldonado

Catedrática de Marketing

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

## 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.

## 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. Director de la Cátedra de Comercio y Transformación Digital de la Universidad de Málaga, y patrocinada por El Corte Inglés.

## 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.

## José A. Nieto Guerrero

Ex Director de desarrollo de negocios Mubak, actualmente Delegado de Obra nueva en Gilmar Consulting

Licenciado en Administración y Dirección de Empresas, está especializado en Neuromarketing Selling, realizando proyectos para; El Corte Inglés, Casual Hoteles, Calzados Pablosky, Daikin España, AENA (Málaga - Madrid), El Oro de Klimt (Nomad Art Spain), Les Roches (Sommet Hospitality University) o Ayuntamiento Málaga (Turismo – Biznaga), entre otros proyectos.

## Javier Nogueras Gutiérrez-Ravé

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.

## María Ortiz Sánchez

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.

## 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.

## Elena Pérez Ruiz

Talent Manager Grupo Iskaypet (Tiendanimal, Kiwoko, Kivet, Clinicanimal)

---

Diplomada en Ciencias Empresariales y Máster en Dirección y Gestión Estratégica de Recursos Humanos por la Universidad de Málaga.

## Blanca Piédrola Báez

Directora Corporativa de Personas&RSC en SABSEG GROUP

---

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.

## Juan Luis Pintor Anaya

CEO y fundador de Stamina Marketing

---

Licenciado en Derecho y Máster de Marketing de Negocios por la Universidad de Málaga.

## 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.

## Miguel Puyalto de Pablo

KAM Iberia en MGA Entertainment

---

Licenciado en Investigación y Técnicas de Mercado y en Administración y Dirección de Empresas.

## Álvaro Rescalvo García de la Barga

Responsable Regional Expansión Zona Norte Carrefour

---

Diplomado en Ciencias Empresariales por la Universidad de Valladolid, Máster en Dirección Financiera y Experto en Dirección Deportiva de Fútbol, cuenta con más de 12 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.

## 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 Balear

## José Ruiz Pardo

CEO GOLI Neuromarketing y Presidente del Club de Marketing de Málaga

---

Informático, Psicólogo, Máster en Marketing y Dirección comercial,

experto en Dirección y Administración de empresas por ESESA y en empresas innovadoras y estrategias de internacionalización por la UMA.

## 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, Univ. 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. Málaga Talento.

## 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.

## Antonio Villanueva Martín

Fundador More Than Verso y profesor de la Universidad de Málaga

Especialista en desarrollo de proyectos sociales y culturales.

## Enrique Vicente Elías

Responsable en Gestión Inmobiliaria y Expansión en Dinosol Supermercados.

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. Ha sido responsable de Estrategia y Marketing Captación de Carrefour.





**"La lealtad del cliente  
no se compra, se gana"**

*- Jeffrey Gitomer*

# 07 Prácticas de empresa



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.

*En las ediciones anteriores, los estudiantes han realizado prácticas, en la mayoría de los casos remuneradas en:*

**Mayoral, IKEA, Jack & Jones, Mundofranquicia, Mi Colchón, Tiendanimal, Media Markt, Leroy Merlin, Grupo Activa Lucas y Maquillalia.**

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



**mundofranquicia**  
OFICINA ASOCIADA

**micolchón**

**mayoral**

**Media Markt**

**JACK&JONES**



**activa**

**Tiendanimal**

**gisela**

**MARCOS**  
JOYERÍA Y RELOJERÍA

**Maquillalia**  
TU TIENDA ONLINE DE BELLEZA

# 08 Admisión y matrícula



## Requisitos de acceso

*Título Universitario Oficial de Grado, Diplomado, Licenciado, Ingeniero o Arquitecto.*

**Podrán matricularse**, con la consideración de matrícula provisional, estudiantes de las titulaciones de grado que tengan pendiente superar menos de 30 créditos (sin incluir el trabajo de fin de grado o las prácticas externas), no pudiendo optar a ningún certificado de los módulos ni a la expedición de su título propio mientras no se haya obtenido la titulación oficial correspondiente.

**Podrán acceder** las personas que puedan acreditar experiencia profesional o laboral con nivel competencial equivalente a la formación académica universitaria, mediante un procedimiento de reconocimiento de dicha experiencia.

## 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

## Fecha preinscripción:

Hasta el 11 de octubre de 2024

## →Fecha matrícula:

Hasta el 16 de octubre de 2024

## →Precio y forma de pago:

- Total 4500€
- Preinscripción: 500€ (tras admisión) • 1er plazo: 2200€ Matrícula • 2o plazo: 1800€ antes del 30/12/24



Search

DASHBOARD

Visitors

798

New Users

10

Sales

59

Profit

\$501

Revenue

JAN FEB MAR APR MAY JUN JUL AUG SEP OCT NOV DEC

# Marca la diferencia

## Where?

☎ 951 952 013

✉ [masterenretailmarketing@uma.es](mailto:masterenretailmarketing@uma.es)



UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA



FACULTAD DE MARKETING  
Y GESTIÓN



[masterenretailmarketing.uma.es](http://masterenretailmarketing.uma.es)