

PROGRAMA DE CURSO

Código	Nombre			
IN 5623	GESTIÓN DE RETAIL			
Nombre en Inglés				
Retailing Management				
SCT	Unidades Docentes	Horas de Cátedra	Horas Docencia Auxiliar	Horas de Trabajo Personal
3	5	1,5	0	3,5
Requisitos			Carácter del Curso	
IN4601 Marketing I IN4703 Gestión de Operaciones I			Electivo de la carrera de Ingeniería Civil Industrial	
Resultados de Aprendizaje				
Al finalizar el curso, el estudiante demuestra que:				
• Formula, analiza y evalúa el impacto de los problemas que se observan en negocio tipo retail, para lo cual utiliza las bases conceptuales entregadas durante la carrera, en especial en materia de marketing, operaciones y tecnologías de información. • Aplica los conceptos y metodologías de la gestión de retail, a fin de abordar los procesos estratégicos y tácticos en este tipo de negocios, tanto en lo referido a la formulación de lineamientos de largo plazo, así como para el diseño e implantación de acciones tácticas, a fin de afectar la experiencia de compra y la rentabilidad del negocio.				

Metodología Docente	Evaluación General
La metodología de trabajo será muy participativa, utilizando herramientas para vincular los contenidos con la práctica, estimulando la participación de los alumnos. También se realiza un trabajo en grupo, respecto del cual, los alumnos hacen una presentación final. Las actividades centrales son: • Clases expositivas • Trabajo en grupo • Presentaciones de alumnos	El curso se evaluará mediante: • Control – 35% • CTP's (semanal) – 25% • Trabajo en grupos – 40%

UNIDADES TEMÁTICAS

Número	Nombre de la Unidad	Duración en Semanas
1	PROCESOS ESTRATÉGICOS EN RETAIL	3,0
Contenidos	Resultados de Aprendizajes de la Unidad	Referencias a la Bibliografía
1. Introducción y conceptos básicos de retail y estrategia de retail. 2. Introducción y conceptos básicos de control de gestión en retail. 3. Comportamiento del Shopper .	El estudiante demuestra que: 1. Maneja conceptos básicos en gestión de retail – procesos estratégicos y tácticos - de manera de alcanzar una mejora en la experiencia de compra y una mayor rentabilidad y sustentabilidad del negocio, considerando los cambios en su entorno – competencia y clientes (shopper). 2. Maneja conceptos y metodologías para analizar el desempeño del negocio, a fin de identificar los ámbitos de intervención, a la luz de la creación de valor para shopper y dueños.	

Número	Nombre de la Unidad	Duración en Semanas
2	PROCESOS TÁCTICOS EN RETAIL	5,0
Contenidos	Resultados de Aprendizajes de la Unidad	Referencias a la Bibliografía
1. Gestión de Shopper 2. Gestión de Disponibilidad 3. Gestión de Tienda 4. Gestión de Categorías	El estudiante demuestra que: 1. Aplica los conceptos y metodologías para mejorar el desempeño de los distintos procesos tácticos de retail, a fin de mejorar la experiencia de compra, rentabilidad y sustentabilidad del negocio.	

Número	Nombre de la Unidad	Duración en Semanas
3	LOS PROBLEMAS QUE VIENEN EN RETAIL Y CÓMO SE ABORDAN	3,0
Contenidos	Resultados de Aprendizajes de la Unidad	Referencias a la Bibliografía
1. Tecnologías de información aplicadas a retail y Omnicanalidad 2. Tendencias en Retail 3. Tópicos avanzados en aplicaciones cuantitativas en retail	El estudiante demuestra que: 1. Analiza y aplica conceptos y metodologías vistos en el curso, a la luz de los cambios esperados a futuro en retail.	

Bibliografía General
Bibliografía Texto Guía - Retailing Management, 8th Ed; Michael Levy & Barton Weitz; McGraw-Hill Irwin; 2011 Bibliografía Complementaria: - Retailing Management, D'Andrea G., Tigert, D.& Ring L.; Temas Grupo Editorial Srl, 2004 - Retailing in the 21st Century: Current and Future Trends, Manfred Krafft (Editor), Murali K. Mantrala; 2th Edition, Springer, 2010 - Decoding the New Consumer Mind – How and Why We Shop and Buy, Kit Yarrow; Jossey-Bass; 2014

Vigencia desde:	Otoño 2016
Elaborado por:	Claudio Pizarro T.