ICUFOR
Cursos de Formación Permanente Universitaria

Curso de Formación Permanente

Merchandising y Gestión del Espacio en el Punto de Venta: Implantación, Animación y Rentabilidad

4 ECTS | 100 horas | Online, a tu ritmo

Formación acreditada por
Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ



Acerca de ICUFOR

ICUFOR es un centro privado de formación online, Centro Acreditado y Autorizado por la Universidad EUNEIZ de Vitoria-Gasteiz. Diseñamos e impartimos Cursos de Formación Permanente universitarios, pensados para la actualización y la especialización de profesionales en activo.

Nuestros cursos se estudian a tu ritmo en un campus virtual propio y terminan con el diploma de la Universidad EUNEIZ y con certificados de ICUFOR verificables.

Centro acreditado
Universidad EUNEIZ

100 % online
Campus virtual propio

Equipo docente
Disponible todo el curso



Metodología de estudio

Campus virtual propio
Estudias desde cualquier lugar y dispositivo, sin horarios.

Aprendizaje autónomo, pero acompañado
Tú marcas el ritmo y nuestro equipo de docentes resuelve tus dudas y orienta tu estudio.

Contenido del curso en PDF
El material principal, para estudiarlo a fondo, tema a tema.

Abstract de cada tema
Su síntesis, para situarte al empezar y repasar al final.

Presentación con los aspectos clave
Lo esencial de cada bloque, para jerarquizar y fijar.

Cuestionarios de evaluación
De respuesta múltiple, uno por tema.



Campus virtual

Mis cursos
Tu progreso y el siguiente tema por estudiar

Materiales
Contenido en PDF, Abstract y presentación con los aspectos clave

Cuestionarios de evaluación
Tu nota y la revisión de tus respuestas

Equipo docente
Consulta por escrito, chat y asesor de IA a cualquier hora

Secretaría
Certificados en PDF con código de verificación

Pagos y facturas
Descarga de facturas en PDF



Presentación del programa



Especialízate con el Curso de Formación Permanente en Merchandising y Gestión del Espacio en el Punto de Venta: Implantación, Animación y Rentabilidad de ICUFOR, una formación diseñada para profesionales que desean dominar las técnicas más avanzadas de gestión comercial. En un entorno donde la experiencia del cliente marca la diferencia competitiva, saber optimizar cada metro cuadrado del establecimiento se convierte en una competencia estratégica imprescindible para impulsar ventas y fidelizar consumidores.

Duración
100 horas

Créditos
4 Créditos ECTS

Metodología
Online

Matriculación
Permanente

Objetivos del curso

Comprender los fundamentos del merchandising, identificando su tipología, los agentes implicados y su papel estratégico en la distribución comercial moderna.

Dominar los principios de diseño y organización del espacio comercial, aplicando criterios de zonificación, flujos de circulación, ambientación e identidad visual.

Elaborar estrategias de animación comercial en el punto de venta, integrando técnicas físicas, promocionales, experienciales y digitales.

Identificar las tendencias emergentes en merchandising, incorporando la perspectiva omnicanal, la innovación tecnológica y la sostenibilidad en la gestión del punto de venta.

Analizar el comportamiento del consumidor en el punto de venta, diferenciando los tipos de compra, las variables que condicionan la decisión y los principios del neuromarketing aplicado al espacio comercial.

Diseñar la implantación del surtido en el lineal, utilizando técnicas de gestión por categorías, planogramación y criterios de asignación del espacio según formato comercial.

Aplicar los indicadores clave de rentabilidad del espacio comercial, utilizando modelos de optimización del lineal y herramientas de control de gestión.

Temario

01 Fundamentos del merchandising y su papel estratégico en la distribución comercial

1.1. Concepto, origen y evolución histórica del merchandising
1.2. El punto de venta como escenario estratégico dentro del canal de distribución
1.3. Tipología del merchandising: visual, de gestión y de seducción
1.4. Agentes implicados y marco de actuación del merchandising

02 Comportamiento del consumidor en el punto de venta y psicología de la compra

2.1. Fundamentos del comportamiento del consumidor en entornos comerciales físicos
2.2. Variables determinantes del comportamiento de compra en tienda
2.3. El proceso de decisión de compra en el punto de venta
2.4. Percepción sensorial y neuromarketing aplicado al espacio comercial
2.5. Segmentación del shopper y personalización de la experiencia en el punto de venta

Temario

03 Diseño y organización del espacio comercial en el punto de venta

3.1. Principios generales del diseño del espacio de venta
3.2. Arquitectura exterior del punto de venta: fachada, escaparate y accesos
3.3. Recorridos y flujos de circulación del cliente dentro del establecimiento
3.4. Distribución interior del espacio: layout y zonificación estratégica
3.5. Mobiliario comercial y sistemas expositivos según formato y sector
3.6. Iluminación, cromatismo y ambientación integral del espacio comercial
3.7. Señalización, cartelería y sistemas de orientación y comunicación al cliente en tienda

Temario

04 Implantación del surtido y gestión estratégica del lineal

4.1. Definición, estructura y dimensiones del surtido comercial
4.2. El lineal como recurso escaso: conceptos fundamentales y magnitudes de referencia
4.3. Gestión por categorías (category management) como modelo de organización del surtido
4.4. Indicadores cuantitativos de ocupación y rendimiento del lineal
4.5. Criterios y técnicas de implantación del producto en el lineal
4.6. Adaptación de la implantación según formato comercial y superficie de venta
4.7. Herramientas de planogramación y software de gestión del espacio comercial
4.8. Rotación de productos, gestión de stocks y reposición eficiente en el lineal

Temario

05 Animación comercial en el punto de venta: técnicas, estrategias y ejecución

5.1. Concepto, objetivos y planificación integral de la animación del punto de venta
5.2. Tipos y calendario de animación comercial
5.3. Técnicas de animación física y ambientación estratégica del espacio
5.4. Publicidad en el lugar de venta (PLV) y materiales de comunicación en tienda
5.5. Promociones de ventas en el punto de venta: diseño, ejecución y evaluación
5.6. Animación a través del personal de ventas y marketing experiencial
5.7. Animación digital integrada en el punto de venta físico

Temario

06 Rentabilidad del espacio comercial: indicadores, análisis y optimización

6.1. Marco conceptual de la rentabilidad aplicada al punto de venta
6.2. Indicadores clave de rendimiento (KPI) del lineal y del espacio comercial
6.3. Modelos de asignación y optimización del espacio en el lineal
6.4. Análisis de la rentabilidad por categoría, sección y referencia
6.5. Control de gestión y cuadro de mando del merchandising
6.6. Negociación del espacio comercial entre fabricante y distribuidor

07 Merchandising omnicanal, innovación tecnológica y tendencias emergentes en el punto de venta

7.1. Transformación digital del punto de venta y consolidación del paradigma omnicanal
7.2. Tecnologías aplicadas al merchandising y la gestión inteligente del espacio
7.3. Visual merchandising en el comercio electrónico y entornos digitales
7.4. Sostenibilidad, responsabilidad social corporativa y merchandising consciente
7.5. Tendencias emergentes y prospectiva del merchandising en el punto de venta del futuro

Titulación y certificados

Diploma de la Universidad EUNEIZ

Al aprobar todos los cuestionarios de evaluación recibes el **diploma en formato digital** de Curso de Formación Permanente, con sus 4 créditos ECTS y 100 horas.

Certificados de ICUFOR

Se descargan en PDF desde la Secretaría del campus, con un código único y QR para verificarlos.



Proceso de matriculación

1 **Pulsa «Matricularme» en la ficha del curso**
Completa tus datos personales y de facturación.

2 **Elige la forma de pago**
Tarjeta, PayPal o transferencia bancaria.

3 **Entra en el campus y empieza**
Recibes por correo tus datos de acceso y, en cuanto se confirma el pago, tienes el temario completo. La matrícula está abierta todo el año.

Matricúlate | Más información



Métodos de pago

Pago único
El precio se abona una sola vez, sin cuotas ni renovaciones.

Seguridad
Pago online en la pasarela de Stripe o de PayPal.

Flexibilidad
Tarjeta de crédito o débito, PayPal o transferencia.

Acceso inmediato
Con tarjeta o PayPal, el campus se activa al momento.

Simplicidad
Matrícula y pago en dos pasos.

Facturación
Facturas en «Pagos y facturas» del campus.



¿Por qué elegir ICUFOR?

01

Formación accesible

Formación universitaria rigurosa y acreditada, íntegramente online y compatible con tu trabajo.

02

Calidad universitaria

Cada curso está acreditado por la Universidad EUNEIZ, con su memoria académica y sus créditos ECTS.

03

Impulso a tu carrera

Contenidos de utilidad práctica y una titulación que suma en méritos, concursos y bolsas de empleo.

04

Especialización

Cada curso trata una única temática a fondo: combínalos y construye tu propio itinerario.

05

Atención de calidad

Consultas al equipo docente por escrito o por chat, y un asesor de IA a cualquier hora.

¿Por qué elegir ICUFOR?

06

Contenidos actualizados

Los cursos se revisan periódicamente para incorporar las novedades de cada ámbito.

07

El curso, por escrito

Cada tema en tres formatos: contenido en PDF, Abstract y presentación con los aspectos clave.

08

Autónomo, pero acompañado

Tú decides tu ritmo y nuestro equipo de docentes resuelve tus dudas y orienta tu estudio.

09

Enseñanza adaptada

Sin horarios ni conexiones obligatorias: seis meses para terminar, ampliables si lo necesitas.

10

Estudio sencillo e intuitivo

Un campus virtual propio, sin instalar nada y accesible desde cualquier dispositivo.

¿Necesitas más información?

Te contamos cómo funciona el curso, los plazos y la titulación, sin compromiso.

www.icufor.com

info@icufor.com

+34 858 895 080

+34 746 044 519

Formación acreditada por Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ

