

Planeación del Merchandising en puntos de venta

Síntesis: atracción y experiencia en el punto de venta



Este componente formativo desarrolla conceptos fundamentales sobre toma de decisiones, *merchandising*, objetivos, metas, comportamiento del consumidor y estrategias comerciales. A través de definiciones claras, tipos, características y técnicas, se busca fortalecer competencias clave en la gestión del punto de venta, optimizando la atracción y experiencia en el punto de venta y la presentación del producto, con enfoque técnico y aplicación práctica en entornos comerciales.

