

GRAU EN MÀRQUETING I COMUNITATS DIGITALS

5075 - VISUAL MERCHANDISING

Informació general

- Curs acadèmic 2026/27
- Departament: Empresa
- Tipus d'assignatura: Optativa
- Curs: Quart
- Trimestre: Segon
- Nombre de crèdits: 6
- Professorat:
 - Ester Hidalgo Pastor [<ehidalgop@tecnocampus.cat>](mailto:ehidalgop@tecnocampus.cat)

Llengües de docència

- Català

Presentació de l'assignatura

La irrupció de la tecnologia ha provocat un canvi de paradigma en el sector del retail. El comprador ha desenvolupat una cultura digital i, empoderat per la tecnologia, gaudeix d'un poder sense precedents que el converteix en protagonista. Això li permet estar informat, tenir accés directe a productes i serveis, comparar, opinar, compartir, cocrear i comprar el que vulgui, quan vulgui i des de qualsevol lloc.

En aquest context, els seus valors, necessitats i expectatives evolucionen. També canvia la manera com utilitza els canals en línia i fora de línia per prendre les seves decisions de compra, fet que fa imprescindible que les empreses del sector retail integrin ambdós mons per oferir una experiència de marca contínua que reforci la relació amb la marca, clau per a la seva fidelització i recomanació.

En aquest escenari, el comerç minorista, com a vincle directe amb els compradors, exerceix un paper essencial. L'experiència de compra esdevé un element clau i, per ser eficaç, ha de complir tres objectius principals:

- Seduir el comprador objectiu.
- Generar un procés de compra ergonòmic i adaptat a les seves necessitats.
- Harmonitzar un espai comercial que generi record en el comprador i el converteixi en prescriptor.

En aquest context, on el punt de venda esdevé un canal estratègic de comunicació, entren en joc polítiques tàctiques imprescindibles de comprendre i gestionar per garantir una experiència única, autèntica i coherent, clau per a la diferenciació i la perdurabilitat en el temps.

La posada en escena a través de l'estratègia de Visual Merchandising és essencial per influir en la decisió de compra, impulsar les vendes, integrar elements phygital per obtenir dades de manera coherent i garantir una experiència física memorable.

L'aula (física o virtual) és un espai segur, lliure d'actituds masclistes, racistes, homòfobes, trànsfobes i discriminatòries, ja sigui cap a l'alumnat o cap al professorat. Confiam que entre totes i tots puguem crear un espai segur on ens puguem equivocar i aprendre sense haver de patir prejudicis d'altres.

Competències/Resultats d'aprenentatge

Bàsica

- CB1. Que els estudiants hagin demostrat posseir i comprendre coneixements en una àrea d'estudi que parteix de la base de l'educació secundària general, i se sol trobar a un nivell que, si bé es recolza en llibres de text avançats, inclou també alguns aspectes que impliquen coneixements procedents de l'avantguarda del seu camp d'estudi.

No definides

Continguts

1. Què és el Visual Merchandising?

- Definició.
- Funcionalitat.
- Relació amb la facturació i la rendibilitat: KPI vinculats.
- Garantir el procés de compra: Veure – Trobar – Escollir – Comprar.

2. Elements clau de l'estratègia de Visual Merchandising al punt de venda físic

- Circuit comercial.
- Missatges comercials.
- Mitjans de comunicació.
- Tècniques de presentació.
- Ambientació.
- Mesura.

3. Definició de l'estratègia de Visual Merchandising d'un concepte comercial

- Codi de comunicació del producte per comunicar un posicionament comercial.

Objectius de Desenvolupament Sostenible

- 04 - Educació de qualitat

Activitats i Sistema d'avaluació

Avaluació contínua – 20 %

- Assistència i participació a classe.
- Assistència i participació als Safaris.
- Presentació de la Fase Analítica.

Projecte de Disseny de l'Estratègia de Visual Merchandising – 50 %

Examen final – 30 %

- SE4. Examen individual.
- Preguntes obertes.

Requisits de l'assignatura

L'assignatura és presencial i s'ha de seguir des de l'inici del curs.

L'assistència és obligatòria i necessària per aprovar l'assignatura, així com el lliurament dels exercicis proposats per la docent dins dels terminis establerts.

Els exercicis lliurats fora de termini tindran una qualificació màxima de 4/10.

La nota final mínima per aprovar serà de 5/10.

Només es podrà recuperar l'examen final, que haurà d'estar aprovat amb una qualificació mínima de 5/10 per poder fer mitjana amb la nota acumulada de l'avaluació contínua.

Qualsevol forma de frau acadèmic serà sancionada d'acord amb la normativa d'avaluació del centre. En cas que es detectin indicis de frau, inclòs l'ús indegut d'eines d'intel·ligència artificial generativa, el professorat de l'assignatura podrà convocar l'estudiant a una entrevista individual amb l'objectiu de verificar-ne l'autoria.

Bibliografia i Recursos

No definides