

Escaparatismo y Visual Merchandising

Duración: 60 h

Objetivos

- Conocer la importancia del escaparate como medio de comunicación con el cliente.
- Reconocer la influencia de los factores que van a incidir en la comunicación.
- Adquirir los conocimientos técnicos de merchandising para impulsar las ventas del establecimiento.
- Identificar los elementos del enfoque de marketing en la realización del proyecto.
- Aplicar los conceptos teóricos de composición visual.
- Planificar el diseño, elaboración de maqueta, montaje y desmontaje del escaparate.
- Potenciar el visual merchandising en el interior del punto de venta.
- Analizar los resultados de ventas para la continua mejora del escaparatismo.

TEMARIO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ¿Nos vamos de escaparates?

Introducción

Evolución del escaparate

Funciones y objetivos

El visual merchandising y el escaparate como elementos de comunicación

Resumen

UNIDAD DIDÁCTICA 2. Enfoque de marketing

Introducción

Estrategia comercial

Público objetivo

Imagen de marca

Posicionamiento

Objetivos

Segmentación del público objetivo

Mensaje de comunicación

Eficacia del escaparate

Resumen

UNIDAD DIDÁCTICA 3. Enfoque teórico

Introducción

Principios básicos

Principios de montaje

Resumen

UNIDAD DIDÁCTICA 4. Enfoque visual

Introducción

De la comunicación a la imagen corporativa

Principios de composición

Técnicas de presentación

El tema

Recursos y medios

Resumen

UNIDAD DIDÁCTICA 5. Otros elementos del enfoque visual

Introducción

¿Qué es el color?

Elementos de ambientación

Señalización

Iluminación