



Escaparatismo y visual merchandising

Duración: 60 horas.

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.

Contenidos:

¿Nos vamos de escaparates?

Introducción.

Evolución del escaparate

Funciones y objetivos

El visual merchandising y el escaparate como elementos de comunicación

Resumen

Enfoque de marketing

Introducción.

Estrategia comercial

Público objetivo

Imagen de marca

Posicionamiento

Objetivos

Segmentación del público objetivo

Mensaje de comunicación

Eficacia del escaparate

Resumen

Enfoque teórico

Introducción.

Principios básicos

Principios de montaje

Resumen.

Enfoque visual

Introducción.

De la comunicación a la imagen corporativa

Principios de composición

Técnicas de presentación

El tema

Recursos y medios

Resumen.

Otros elementos del enfoque visual

Introducción.

¿Qué es el color?

Elementos de ambientación

Señalización

Iluminación

Resumen.



Glosario