



VITRINISMO

Presentación del Curso

En la actualidad, incluso con los profundos cambios en el mercadeo de productos que se han derivado del uso de las nuevas tecnologías de información, la vitrina -como un elemento de comunicación comercial dentro de la tienda- se ha mantenido como uno de los soportes más importante para las ventas directas. Consumidores cada vez más conocedores y exigentes, centran sus expectativas en nuevos productos y experiencias de consumo satisfactorias, cuyo primer acercamiento se verifica a través de un “portal físico”: la vitrina. Bajo la anterior premisa, se hace necesario que los comerciantes tengan a su alcance las herramientas básicas que les permitan corresponder a las expectativas de dichos consumidores.

Este curso capacita a sus participantes en el campo del vitrinismo, aportando los conocimientos generales para el adecuado desarrollo de una vitrina; principios de diseño, fundamentos perceptivos, elementos conceptuales, tendencias, iluminación y recursos en general, para el desarrollo de estos espacios comerciales para la adecuada presentación de productos diversos.

Objetivos

- Brindar herramientas teóricas y prácticas para el diseño y desarrollo de vitrinas comerciales innovadoras.
- Ofrecer a los participantes un panorama sobre nuevas tendencias en espacios comerciales y visual merchandising, a partir de las expectativas del consumidor.
- Entender la importancia de la vitrina como herramienta vital de atracción e inclusión dentro del espacio comercial.

Dirigido

Comerciantes en general, profesionales vinculados con el área comercial, profesionales y estudiantes de diseño, publicidad, comunicación, mercadeo, administración y carreras afines, interesados en ampliar sus conocimientos en el tema de vitrinismo, como campo inherente al diseño de espacios comerciales.

Metodología

Enfatizando el desarrollo del curso en ejercicios prácticos de observación, análisis y aplicación, apoyados en principios teóricos básicos, se lograrán afianzar los conceptos requeridos que se plantean en los objetivos del curso.



Sesiones teóricas: (12 horas): En estas sesiones se expondrán y desarrollarán las temáticas propuestas, haciendo énfasis en análisis de casos específicos, con apoyo audiovisual.

Sesiones prácticas: (20 horas): Constituidas primordialmente por dinámicas propias de la observación, análisis y conclusiones orientadas a la toma de decisiones (street vision, store check, tráfico externo-tráfico interno, previsión de ventas en función del tráfico, hábitos de compra, técnicas de visualización de mercancía y experiencias de consumo). Las actividades enunciadas anteriormente se desarrollarán individualmente o en grupo según se requiera para facilitar el adecuado desempeño de las mismas. El ejercicio final simulará una vitrina comercial, y se expondrá en las instalaciones de Lasalle College. Cada ejercicio aplicativo requerirá de herramientas comunicativas diferentes, según su nivel de desarrollo (planteamiento conceptual, bocetos e ilustraciones de presentación, planos, maquetas, etc.).

Temas

Módulo 1 – Conceptualización general

El espacio comercial y la vitrina - Introducción (BD) - 1 sesión

El consumidor contemporáneo (JP) - 1 sesión

Psicología de consumo – Hábitos de consumo (JP) - 1 sesión/Taller Street Vision
Store Check

Módulo 2 – Tendencias y experiencias

Tendencias globales (BD) - 1 sesión

Tendencias en espacios comerciales (JC) - 1 sesión

Experiencias de consumo en espacios comerciales(JP) - 1 sesión/Taller experiencias

Módulo 3 – Iluminación

Diseño e iluminación (JC) - 1 sesión

Iluminación comercial (JC) - 1 sesión/Taller de Iluminación

Módulo 4 – Visual Merchandising

Tráfico externo e interno (JP) - 1 sesión/Taller

Técnicas de visualización de mercancía (BD) - 1 sesión

Análisis y aplicación de principios (BD) - 1 sesión/Taller

Elementos conceptuales y diseño (JP) - 1 sesión/Taller

Proyecto aplicativo final - 2 sesiones/Taller (BD)

Materiales requeridos:

Materiales según el carácter de cada ejercicio o proyecto aplicativo (Cuaderno de bocetos. cámara de fotos y/o de video).



Docentes

Beatriz Durán (12 horas)

Diseñadora Industrial. Amplia experiencia en diseño de espacios comerciales, diseño de vitrinas y montaje de exposiciones, e igualmente en el manejo de técnicas de mercadeo visual y técnicas de ventas.

Juan Manuel Perea (14 horas)

Diseñador Industrial. Experiencia en diseño de espacios comerciales e interiores, desarrolla su trabajo profesional fundamentado en áreas de psicología de consumo y diseño de experiencias.

Jorge Enrique Camacho (6 horas)

Diseñador Industrial. Estudios en iluminación comercial, industrial y laboral Studio Artemide, Milán - Italia. Consultor y asesor en diseño y producción de proyectos de exhibición comercial para diferentes empresas.

CERTIFICACIÓN

Se hará entrega de los certificados a los participantes que hayan asistido por lo menos al 80% de las horas programadas y cumplido y aprobado con la totalidad de los trabajos solicitados durante el curso; y una vez sea certificado el pago correspondiente al curso.