



## 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 importantes 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.