



Titulación certificada por
EDUCA BUSINESS SCHOOL



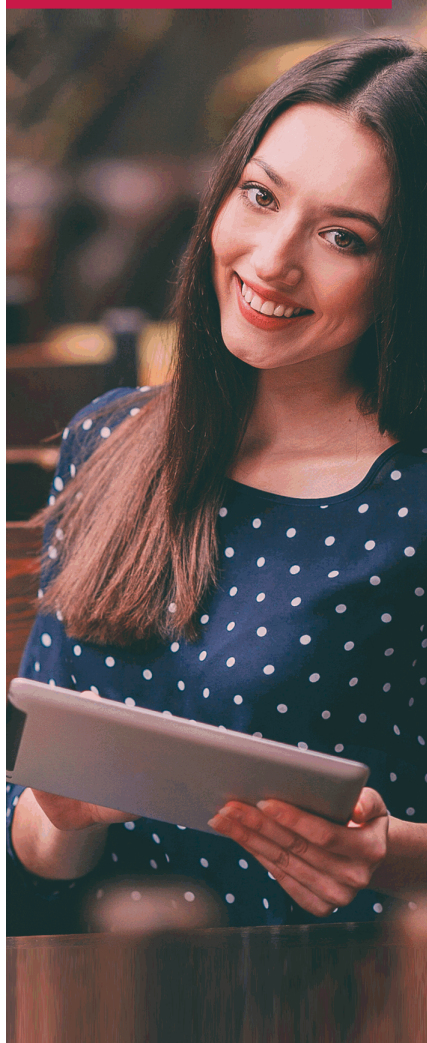
Master En Escaparatismo + Master En Decoración De Tiendas



LLAMA GRATIS: (+34) 958 050 217



Educa Business Formación Online



Años de experiencia avalan el trabajo docente desarrollado en Educa, basándose en una metodología completamente a la vanguardia educativa

SOBRE **EDUCA**

Educa Business School es una Escuela de Negocios Virtual, con reconocimiento oficial, acreditada para impartir formación superior de postgrado, (como formación complementaria y formación para el empleo), a través de cursos universitarios online y cursos / másteres online con título propio.

NOS COMPROMETEMOS CON LA **CALIDAD**

Educa Business School es miembro de pleno derecho en la Comisión Internacional de Educación a Distancia, (con estatuto consultivo de categoría especial del Consejo Económico y Social de NACIONES UNIDAS), y cuenta con el **Certificado de Calidad de la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR)** de acuerdo a la normativa ISO 9001, mediante la cual se Certifican en Calidad todas las acciones

Los contenidos didácticos de Educa están elaborados, por tanto, bajo los parámetros de formación actual, teniendo en cuenta un sistema innovador con tutoría personalizada.

Como centro autorizado para la impartición de formación continua para personal trabajador, **los cursos de Educa pueden bonificarse, además de ofrecer un amplio catálogo de cursos homologados y baremables en Oposiciones** dentro de la Administración Pública. Educa dirige parte de sus ingresos a la sostenibilidad ambiental y ciudadana, lo que la consolida como una Empresa Socialmente Responsable.

Las Titulaciones acreditadas por Educa Business School pueden **certificarse con la Apostilla de La Haya** (CERTIFICACIÓN OFICIAL DE CARÁCTER INTERNACIONAL que le da validez a las Titulaciones Oficiales en más de 160 países de todo el mundo).

Desde Educa, hemos reinventado la formación online, de manera que nuestro alumnado pueda ir superando de forma flexible cada una de las acciones formativas con las que contamos, en todas las áreas del saber, mediante el apoyo incondicional de tutores/as con experiencia en cada materia, y la garantía de aprender los conceptos realmente demandados en el mercado laboral.

Master En Escaparatismo + Master En Decoración De Tiendas

**DURACIÓN:**

1.200 horas

**MODALIDAD:**

Online

**PRECIO:**

1.200 €

Incluye materiales didácticos,
titulación y gastos de envío.**CENTRO DE FORMACIÓN:**

Educa Business School



Titulación

Titulación Expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de Educa Business School vía correo postal, la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/master, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Euroinnova Formación, Instituto Europeo de Estudios Empresariales y Comisión Internacional para la Formación a Distancia de la





Descripción

Este Master en Escaparatismo le ofrece una formación especializada en la materia. Este Master aporta los conocimientos requeridos para desenvolverse de forma profesional en el entorno de la moda y el diseño, un mundo que está en constante cambio y crecimiento y que por tanto requiere de profesionales que cuenten con conocimientos actualizados sobre las últimas tendencias aplicables al mundo de la moda, que sepan aplicar metodologías innovadoras como el Design Thinking, o que sepan desarrollar un plan de marketing. Este Master en Decoración de Tiendas le ofrece una formación especializada en la materia. La demanda de profesionales con formación específica en los sectores de decoración y Visual Merchandising se ha convertido en una necesidad para las empresas que quieren cuidar su imagen en el lugar más importante, el punto de venta, y eso es aplicable a todos los sectores del comercio. Por ello, con Este Master MBA en Escaparatismo, Decoración de Tiendas y Visual Merchandising se pretende que el alumno aprenda con claridad los conceptos básicos del mundo de la decoración, la planificación, etapas, tareas y desempeño de las acciones de un proyecto, así como las tácticas para elegir los elementos y materiales básicos para conseguir los objetivos perseguidos mediante la reestructuración de nuestro local, consiguiendo así los efectos sensoriales deseados.

Objetivos

- Conocer las herramientas manuales e informáticas del diseño de moda. - Identificar las diferentes etapas en la historia de la moda. - Aplicar una metodología Design Thinking. - Saber ejecutar un plan de empresa en la dirección de proyectos de moda. - Conocer en qué consiste el Marketing Retail. - Diseñar una imagen de marca. - Conocer las técnicas de composición del escaparatismo.- Conseguir la mayor eficacia en la distribución y presentación de la mercancía en el espacio de venta. - Conocer las técnicas apropiadas para una correcta presentación del escaparate. - Aplicar las técnicas de composición en el escaparatismo. - Aplicar eficaz y apropiadamente las técnicas de «merchandising» y animación de venta con objeto de optimizar el espacio de ventas y la incentivación de éstas. - Analizar el proceso de comunicación publicitaria identificando las técnicas de comunicación más idóneas para ello. - Descubrir los conceptos relacionados con el marketing de relaciones, identificando las causas generadoras de la lealtad del cliente y analizando las consecuencias que la lealtad produce para la empresa.

A quién va dirigido

Este Master en Decoración de Tiendas está dirigido a todos aquellos profesionales de esta rama profesional. Además este máster MBA en Escaparatismo, Decoración de Tiendas y Visual Merchandising está dirigido a profesionales de los sectores empresariales del comercio, escaparatismo, merchandising, marketing, decoración, interiorismo, moda, estilismo, asesores de imagen, personal shoppers, coolhunters y demás carreras relacionadas con este sector. Así como para aquellas personas que quieran especializarse o complementar su formación para ofrecer una respuesta profesional ante las demandas del mercado y las necesidades de las empresas.

Para qué te prepara

Master En Escaparatismo + Master En Decoración De Tiendas [Ver Curso](#)

Este Master en Escaparatismo le prepara para conseguir una titulación profesional. Este Master en Escaparatismo y Visual Merchandising: Retail Design te prepara para desenvolverte de manera profesional en el entorno de la moda, concepto imprescindible hoy en día para cualquier conocedor del marketing, el comercio, el diseño o el entorno empresarial, ya que las tendencias se actualizan constantemente. Con esta formación te especializarás en las técnicas propias del diseño de moda, la confección, el escaparatismo o la dirección de proyectos.

Este Master en Decoración de Tiendas le prepara para conseguir una titulación profesional. A través de Este Master MBA en Escaparatismo, Decoración de Tiendas y Visual Merchandising el alumno podrá llevar a cabo la decoración de cualquier tipo de tienda con todos los elementos que ésta ampara (escaparate, fachada, publicidad, colores, iluminación, mobiliario,...) y en general, aplicar los conocimientos aprendidos sobre la disciplina del marketing conocida como Visual merchandising. Además, te ayudará a tomar decisiones en referencia a la elección de medios publicitarios y el desarrollo de las distintas estrategias publicitarias.

Salidas Laborales

Desarrolla tu carrera profesional en el ámbito de la moda y el diseño, en empresas, comercios, talleres de confección, centros de estética, estudios fotográficos... La moda ofrece trabajos como ilustrador, diseñador, fotógrafo, coolhunter, personal shopper, community manager, retail designer, organizador de eventos, redactor de artículos de moda, estilista, modelo...

Marketing, Comercio, Decorador, Dependientes de Comercio, Comercial, Proveedor, Encargado, Azafata, Responsable de comercio, Jefe de sección de ventas.

Formas de Pago

- Tarjeta
- Transferencia
- Paypal

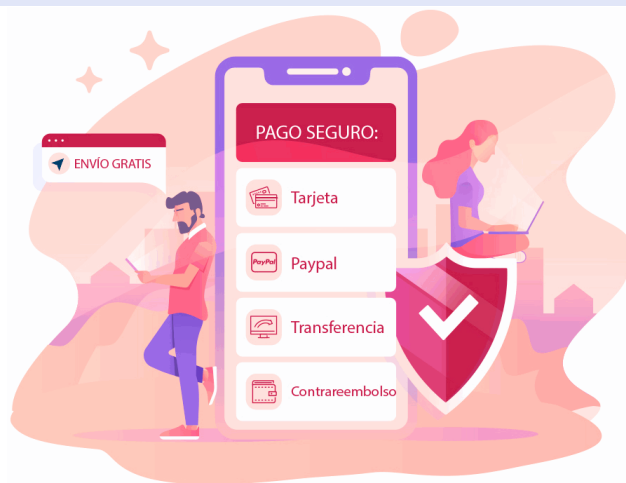
Otros: PayU, Sofort, Western Union, SafetyPay

Fracciona tu pago en cómodos plazos sin intereses

+ Envío Gratis.

- Tarieta

Llama gratis al teléfono
(+34) 958 050 217 e
infórmate de los pagos a
plazos sin intereses que
hay disponibles



Financiación

Facilidades económicas y financiación 100% sin intereses.

En Educa Business ofrecemos a nuestro alumnado facilidades económicas y financieras para la realización de pago de matrículas, todo ello 100% sin intereses.

10% Beca Alumnos: Como premio a la fidelidad y confianza ofrecemos una beca a todos aquellos que hayan cursado alguna de nuestras acciones formativas en el pasado.



Metodología y Tutorización

El modelo educativo por el que apuesta Euroinnova es el **aprendizaje colaborativo** con un método de enseñanza totalmente interactivo, lo que facilita el estudio y una mejor asimilación conceptual, sumando esfuerzos, talentos y competencias.

El alumnado cuenta con un **equipo docente** especializado en todas las áreas.

Proporcionamos varios medios que acercan la comunicación alumno tutor, adaptándonos a las circunstancias de cada usuario.

Ponemos a disposición una **plataforma web** en la que se encuentra todo el contenido de la acción formativa. A través de ella, podrá estudiar y comprender el temario mediante actividades prácticas, autoevaluaciones y una evaluación final, teniendo acceso al contenido las 24 horas del día.

Nuestro nivel de exigencia lo respalda un **acompañamiento personalizado**.



Redes Sociales

Síguenos en nuestras redes sociales y pasa a formar parte de nuestra gran **comunidad educativa**, donde podrás participar en foros de opinión, acceder a contenido de interés, compartir material didáctico e interactuar con otros/as alumnos/as, ex alumnos/as y profesores/as. Además, te enterarás antes que nadie de todas las promociones y becas mediante nuestras publicaciones, así como también podrás contactar directamente para obtener información o resolver tus dudas.



Reinventamos la Formación Online



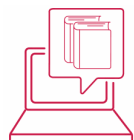
Más de 150 cursos Universitarios

Contamos con más de 150 cursos avalados por distintas Universidades de reconocido prestigio.



Campus 100% Online

Impartimos nuestros programas formativos mediante un campus online adaptado a cualquier tipo de dispositivo.



Amplio Catálogo

Nuestro alumnado tiene a su disposición un amplio catálogo formativo de diversas áreas de conocimiento.



Claustro Docente

Contamos con un equipo de docentes especializados/as que realizan un seguimiento personalizado durante el itinerario formativo del alumno/a.



Nuestro Aval AEC y AECA

Nos avala la Asociación Española de Calidad (AEC) estableciendo los máximos criterios de calidad en la formación y formamos parte de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA), dedicada a la investigación de vanguardia en gestión empresarial.



Club de Alumnos/as

Servicio Gratuito que permite a nuestro alumnado formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: beca, descuentos y promociones en formación. En este, se puede establecer relación con alumnos/as que cursen la misma área de conocimiento, compartir opiniones, documentos, prácticas y un sinfín de intereses comunitarios.



Bolsa de Prácticas

Facilitamos la realización de prácticas de empresa, gestionando las ofertas profesionales dirigidas a nuestro alumnado. Ofrecemos la posibilidad de practicar en entidades relacionadas con la formación que se ha estado recibiendo en nuestra escuela.



Revista Digital

El alumnado puede descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, y otros recursos actualizados de interés.



Innovación y Calidad

Ofrecemos el contenido más actual y novedoso, respondiendo a la realidad empresarial y al entorno cambiante, con una alta rigurosidad académica combinada con formación práctica.

Acreditaciones y Reconocimientos



Temario

1.CURSO 1: MASTER EN ESCAPARATISMO

MÓDULO 1. TÉCNICAS DEL DISEÑO DE MODA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PREPARACIÓN Y DISEÑO DE COLECCIONES

- 1.Introducción al proceso de creación
- 2.Fase de ideación
- 3.Fase de creación técnica
- 4.Patronaje
- 5.Creación, diseño y patronaje
- 6.Industrialización de los modelos
- 7.El patrón base
- 8.Prototipos
- 9.Corte y confección
- 10.Corte
- 11.Puntadas
- 12.Confección de diferentes prendas de vestir
- 13.Planchado y acabado
- 14.Presentación y difusión de la colección

UNIDAD DIDÁCTICA 2. FUNCIONES Y PROGRAMAS INFORMÁTICOS DE DISEÑO DE MODA

- 1.Conceptos generales de Diseño de moda
- 2.Concepción de las diferentes fases del proceso de diseño
- 3.Introducción al sistema operativo y periféricos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TÉCNICAS DE CONFECCIÓN DE PATRONES

- 1.Concepto de proyecto de moda
- 2.Planificación de las fases de un encargo

3. Conceptos generales de Diseño de Moda
4. Técnicas de patrón
5. Tipología de medidas
6. Técnicas de obtención de información
7. Técnicas de presentación del proyecto

UNIDAD DIDÁCTICA 4. TÉCNICAS DE PATRÓN, MODELO Y ESCALADO

1. Fases del proyecto
2. Descripción del proceso de patronaje
3. Ficha técnica
4. Descripción
5. Cuestionario
6. Ficha técnica del modelo

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PROCESOS DE FABRICACIÓN DE DISEÑO DE MODA

1. Tipología de proveedores de Diseño de Moda
2. Fases del proyecto de creación de prendas y / o accesorios
3. Clasificación de la documentación
4. Tipología de las diferentes técnicas de fabricación
5. Políticas medioambientales vigentes en el Diseño de Moda
6. Normativa de la Propiedad Intelectual en el Diseño de Moda

MÓDULO 2. DIRECCIÓN DE EMPRESAS DE MODA**UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROCESO DIRECTIVO**

1. El proceso directivo.
2. Fases del proceso directivo.
3. Liderazgo.
4. Motivación.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LAS FUNCIONES DE LA DIRECCIÓN

1. Introducción.
2. El contenido de los procesos de dirección.
3. La dimensión estratégica de la dirección.
4. Dimensión ejecutiva de la dirección.
5. El desarrollo de la autoridad.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COACHING COMO AYUDA AL LIDERAZGO DE EMPRESA

1. El coaching como ayuda a la formación del liderazgo.
2. El coaching como estilo de liderazgo.
3. El coach como líder y formador de líderes.
4. Cualidades del líder que ejerce como coach.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL PLAN DE EMPRESA I. LA ELABORACIÓN DE UN ESTUDIO DE MERCADO

1. Introducción.

- 2.Utilidad del Plan de Empresa.
- 3.La Introducción del Plan de Empresa.
- 4.Descripción del negocio. Productos o servicios.
- 5.Estudio de mercado.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL PLAN DE EMPRESA II. PLANIFICACIÓN EMPRESARIAL EN LAS ÁREAS DE GESTIÓN COMERCIAL, MARKETING Y PRODUCCIÓN

- 1.Plan de Marketing.
- 2.Plan de Producción.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL PLAN DE EMPRESA III. PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE INFRAESTRUCTURA, RR.HH. Y RECURSOS FINANCIEROS

- 1.Infraestructuras.
- 2.Recursos Humanos.
- 3.Plan Financiero.
- 4.Valoración del riesgo. Valoración del proyecto.
- 5.Estructura legal. Forma jurídica.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. MARKETING EN LA MODA

- 1.El mercado de la moda y su entorno.
- 2.La segmentación, el posicionamiento e investigación de mercados en la moda.
- 3.El consumidor del producto moda.
- 4.El producto de moda y marca.
- 5.Los precios.
- 6.Comunicación y promoción en la moda.
- 7.La distribución.
- 8.Marketing estratégico en la moda. La planificación estratégica.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. OPERACIONES EN LA INDUSTRIA DE LA MODA

- 1.Planificación de colecciones.
- 2.Modelos de negocio. La tienda Online.
- 3.Compras y negociación con proveedores.
- 4.Liquidación de stocks.

MÓDULO 3. MARKETING DE LA MODA: EXPERTO EN MARKETING RETAIL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL RETAIL MARKETING

- 1.Concepto de retail marketing
- 2.El sector en el retail marketing
- 3.Mercado del retail marketing
- 4.Tipos de consumidores

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ESTRATEGIAS EN EL SECTOR RETAIL

- 1.Estrategias de segmentación y posicionamiento

- 2.Estrategias competitivas
- 3.Estrategia de precio
- 4.Estrategia de producto y surtido

UNIDAD DIDÁCTICA 3. STAFFING

- 1.Determinación de la fuerza de ventas
- 2.Liderazgo del equipo de ventas
- 3.Formación y habilidades del equipo de ventas
- 4.Motivación de la fuerza de ventas
- 5.Resolución de conflictos. Deficiencia en el servicio al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EXPERIENCIA DE COMPRA, SHOPPING EXPERIENCE

- 1.Determinación de la fuerza de ventas
- 2.Liderazgo del equipo de ventas
- 3.Formación y habilidades del equipo de ventas
- 4.Motivación de la fuerza de ventas
- 5.Resolución de conflictos. Deficiencia en el servicio al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 5. RETAIL INTELLIGENCE

- 1.Segmentación y posicionamiento
- 2.Retail intelligence in store
- 3.Retail intelligence out store
- 4.Big data
- 5.Geolocalización en retail

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CRM EN RETAIL

- 1.El papel del crm en la empresa
- 2.La estrategia CRM
- 3.Beneficios de una estrategia de CRM en la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 7. COMERCIO ELECTRÓNICO Y MARKETPLACES

- 1.Marketing electrónico vs. Comercio Electrónico
- 2.Modelos de negocio online
- 3.Atención al cliente en el intercambio de productos vía internet
- 4.Beneficios de Internet y del Comercio Electrónico
- 5.Marketplaces

UNIDAD DIDÁCTICA 8. COMUNICACIÓN COMERCIAL

- 1.Internet como canal de comunicación
- 2.Herramientas en Comunicación
- 3.Venta en Internet
- 4.Proceso de planificación publicitaria
- 5.Campañas online

UNIDAD DIDÁCTICA 9. MARKETING EN EL PUNTO DE VENTA

- 1.Comunicación en el punto de venta

- 2.Publicidad y promoción en el punto de venta
- 3.Implementación del shopper marketing
- 4.Estrategias en el punto de venta
- 5.Plan de marketing en el punto de venta

UNIDAD DIDÁCTICA 10. ESTRATEGIAS DE CANALES

- 1.Estrategias de canales: multicanalidad, omnicanalidad y conflicto
- 2.Modelos de negocio fabricante - canal
- 3.Control del canal
- 4.Control del cliente
- 5.Cadena de comercialización
- 6.E-commerce

MÓDULO 4. BRANDING Y GESTIÓN DE MARCA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ¿QUÉ ES UNA MARCA? DEFINICIÓN E INTEGRANTES

- 1.¿Qué es una marca?
- 2.Personalidad y estructura de marca

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PROCESO DE CREACIÓN DE LA MARCA

- 1.La planificación estratégica
- 2.Brand equity o el valor de marca
- 3.Marcas corporativas y marcas producto

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA MARCA Y SU COMUNICACIÓN

- 1.Métodos tradicionales
- 2.La presencia de la marca en el Medio Online
- 3.La imagen como comunicadora

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ESTRATEGIAS Y GESTIÓN DE MARCA

- 1.Modelo de arquitectura de marcas
- 2.El brand manager como gestor
- 3.Brand meaning management-identidad de marca
- 4.El storytelling
- 5.Branded content y product placement
- 6.Personal branding - cómo crear tu propia marca
- 7.Otras manifestaciones - cool hunting, detección de insight
- 8.El packaging como motivo de compra
- 9.Merchandising o la marca convertida en producto
- 10.Servicios de información tecnológica de la OEPM

MÓDULO 5. COOLHUNTING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN Y FIGURA DEL COOLHUNTING

- 1.Introducción: ¿Qué es el coolhunting?
- 2.¿Dónde surgió el coolhunting? Nacimiento y desarrollo.

3. Identificación de la profesión. ¿Quién puede ser coolhunter?

4. El knowmad

5. Generaciones de consumidores

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LAS TENDENCIAS

1. ¿Qué son las tendencias?

2. Los creadores de tendencias

3. Lugares de creación de tendencias

4. Agencias de tendencias de consumo

5. Diferenciación entre micro y macro tendencias

6. Ciclo de una tendencia

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TENDENCIAS DE COMPRA

1. Análisis de tendencias de compra

2. Tiendas on-line

3. El prosumer

4. La personalización

5. Fabricación a medida del consumidor

UNIDAD DIDÁCTICA 4. METODOLOGÍA Y SISTEMA COOLHUNTING

1. Identificación de tendencias

2. Método CSI

3. La Netnografía

4. Monitorizar las tendencias

5. Identificar a los trendsetter y early adopters

6. Análisis del consumidor

UNIDAD DIDÁCTICA 5. COOLHUNTING COLABORATIVO

1. La red de coolhunters

2. Mark Granovetter: La teoría de "la fuerza de los vínculos débiles"

3. Plataformas de Coolhunting

4. Como motivar y mantener la red de coolhunters

UNIDAD DIDÁCTICA 6. INFORME DEL COOLHUNTER

1. Informe de tendencias

2. Estructura del informe de coolhunting

3. Informe visual de coolhunting

4. Presentación del informe

MÓDULO 6. MONTAJE Y DISEÑO DE ESCAPARATES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL ESCAPARATE

1. Introducción

2. Introducción histórica del escaparate

3. Funciones y objetivos de un escaparate

4. Tipos de escaparates
5. El escaparate como elemento comunicador
6. Requisitos de un buen escaparate
7. ¿Qué es un escaparatista?

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PRINCIPIOS BÁSICOS EN EL MONTAJE DE UN ESCAPARATE

1. Introducción
2. Principios básicos de un escaparate
3. Características fundamentales de un escaparate
4. Principios de composición de un escaparate
5. El recorrido visual

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TÉCNICAS DE COMPOSICIÓN EN EL ESCAPARATISMO

1. Introducción
2. Técnicas basadas en el trazado de la línea imaginaria
3. Técnicas basadas en la localización del punto

UNIDAD DIDÁCTICA 4. COMPOSICIÓN VISUAL DEL ESCAPARATE

1. Introducción
2. El color
3. La luz y la iluminación
4. Líneas, volúmenes y superficies

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ELEMENTOS QUE INTERVIENEN EN LA ANIMACIÓN DE UN ESCAPARATE

1. Elementos estructurales
2. Elementos de fijación
3. Revestimientos
4. Carteles
5. Materiales de ambientación
6. Elementos móviles y sistemas de animación
7. Elementos fijos
8. Elementos vivos
9. Maniquíes
10. Herramientas de trabajo en el escaparate

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PASOS A SEGUIR EN EL MONTAJE DE UN ESCAPARATE

1. Introducción
2. La idea
3. El proyecto
4. Maqueta
5. Presupuesto
6. Tiempo de ejecución
7. Programación de la exposición de productos
8. Preparación de los productos a exponer

9.El montaje de los productos

UNIDAD DIDÁCTICA 7. DIBUJO Y DISEÑO

1.La comunicación visual: el significado del diseño

2.La composición y el diseño

3.Dibujo artístico y dibujo técnico

4.CURSO 2: MASTER EN DECORACIÓN DE TIENDAS

PARTE 1. DECORACIÓN DE TIENDAS Y COMERCIOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN: PLANIFICACIÓN, DISEÑO Y DECORACIÓN.

1.Breve historia del diseño

2.¿Qué es el diseño y la decoración?

3.Planificación de la idea decorativa

4.Diseño del proyecto de interiores

5.Ejecución del proyecto decorativo

UNIDAD DIDÁCTICA 2. FUNDAMENTOS DE DISEÑO Y DECORACIÓN

1.Nociones sobre el diseño y decoración

2.El color

3.La iluminación

4.El espacio

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

1.El Visual Merchandising

2.Reglas básicas de Visual Merchandising

3.Las imágenes

4.El color

5.Criterios de distribución y presentación del proyecto

6.Colocación del mobiliario

7.Presentaciones por temporadas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. MOBILIARIO Y ELEMENTOS

1.Introducción

2.Tipos de mobiliario

3.Utilería, Rotación de la mercadería

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ORGANIZACIÓN DE ESPACIOS COMERCIALES

1.Introducción

2.La distribución

3.Recorrido del cliente

4.Proporciones del espacio

5.Organizaciones de espacios

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA ATMÓSFERA EN LOS ESPACIOS DE VENTA

1.Introducción

- 2.Efectos visuales
- 3.Marketing sensorial
- 4.Estilos decorativos
- 5.Clasificación del espacio

UNIDAD DIDÁCTICA 7. MONTAJE DE UNA PRESENTACIÓN VISUAL

- 1.Introducción
- 2.La composición
- 3.El peso visual
- 4.Formas de iluminación
- 5.Sombras y colores
- 6.Decoración
- 7.Presentación de escaparates
- 8.Organización de los elementos en el escaparate

UNIDAD DIDÁCTICA 8. MONTAJE DE STAND

- 1.Montaje de stand
- 2.Diseño y distribución del espacio
- 3.Presentación de producto
- 4.Publicidad, soportes publicitarios
- 5.Clasificación del stand
- 6.Factores para planificar la asistencia en la feria

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PUBLICIDAD EN INTERIORES Y EXTERIORES

- 1.Introducción
- 2.Fachadas, escaparates y entradas
- 3.Publicidad exterior
- 4.El logotipo
- 5.Carteles
- 6.Publicidad en el interior
- 7.Las etiquetas de precios

UNIDAD DIDÁCTICA 10. ELECCIÓN DE MATERIALES ADECUADOS

- 1.Introducción
- 2.Materiales en el diseño del local
- 3.Materiales de decoración: piedra
- 4.Materiales de decoración: madera
- 5.Materiales de decoración: vidrios
- 6.Materiales de decoración: metal
- 7.Materiales de decoración: sintéticos, plásticos
- 8.Materiales de decoración: hormigón y yeso
- 9.Materiales para la presentación visual
- 10.Materiales a utilizar en el escaparate

- 11.Revestimiento de papel pintado
- 12.Materiales decorativos de ambientación

UNIDAD DIDÁCTICA 11. COMPOSICIÓN DEL PROYECTO TÉCNICO

- 1.Planteamiento del proyecto: Fases de la planificación
- 2.Eschema de la planificación del proyecto
- 3.Realización del proyecto
- 4.Datos técnicos para locales comerciales
- 5.Datos técnicos: paredes y techos
- 6.Presentaciones técnicas: mobiliario e iluminación
- 7.Datos técnicos: aire acondicionado

UNIDAD DIDÁCTICA 12. ÚLTIMAS TENDENCIAS EN EL DISEÑO DE TIENDAS

- 1.Introducción
- 2.Los nuevos comercios
- 3.Tipos de negocios
- 4.Diferencia entre negocios y mercados especiales
- 5.Los nuevos conceptos por sectores
- 6.Tiendas con estilo

PARTE 2. MONTAJE Y DISEÑO DE ESCAPARATES

MÓDULO 1. ESCAPARATISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTOS BÁSICOS

- 1.Concepto de mercado
- 2.Cliente/Consumidor
- 3.Marketing
- 4.La marca
- 5.Concepto de calidad
- 6.Concepto de excelencia
- 7.Merchandising

TEMA 2. EL ESCAPARATE

- 1.Introducción
- 2.Introducción histórica del escaparate
- 3.Funciones y objetivos de un escaparate
- 4.Tipos de escaparates
- 5.El escaparate como elemento comunicador
- 6.Requisitos de un buen escaparate
- 7.¿Qué es un escaparatista?

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRINCIPIOS BÁSICOS EN EL MONTAJE DE UN ESCAPARATE

- 1.Introducción

- 2.Principios básicos de un escaparate
- 3.Características fundamentales de un escaparate
- 4.Principios de composición de un escaparate
- 5.El recorrido visual

UNIDAD DIDÁCTICA 4. TÉCNICAS DE COMPOSICIÓN EN EL ESCAPARATISMO

- 1.Introducción
- 2.Técnicas basadas en el trazado de la línea imaginaria
- 3.Técnicas basadas en la localización del punto

UNIDAD DIDÁCTICA 5. COMPOSICIÓN VISUAL DEL ESCAPARATE

- 1.Introducción
- 2.El color
- 3.La luz y la iluminación
- 4.Líneas, volúmenes y superficies

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ELEMENTOS QUE INTERVIENEN EN LA ANIMACIÓN DE UN ESCAPARATE

- 1.Elementos estructurales
- 2.Elementos de fijación
- 3.Revestimientos
- 4.Carteles
- 5.Materiales de ambientación
- 6.Elementos móviles y sistemas de animación
- 7.Elementos fijos
- 8.Elementos vivos
- 9.Maniquíes
- 10.Herramientas de trabajo en el escaparate

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PASOS A SEGUIR EN EL MONTAJE DE UN ESCAPARATE

- 1.Introducción
- 2.La idea
- 3.El proyecto
- 4.Maqueta
- 5.Presupuesto
- 6.Tiempo de ejecución
- 7.Programación de la exposición de productos
- 8.Preparación de los productos a exponer
- 9.El montaje de los productos

UNIDAD DIDÁCTICA 8. DIBUJO Y DISEÑO

- 1.La comunicación visual: el significado del diseño
- 2.La composición y el diseño
- 3.Dibujo artístico y dibujo técnico

ANEXO 1. IDEAS Y EJEMPLOS PARA EL DISEÑO DE ESCAPARATES

MODULO 2. RECURSOS PRÁCTICOS ESCAPARATISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. TÉCNICAS DE TRABAJO

- 1.Productos rígidos y flexibles
- 2.Agrupaciones de Productos rígidos y flexibles
- 3.Colocación de Adhesivos Decorativos en Escaparates
- 4.Cómo Decorar un Escaparate de moda.
- 5.Cómo vestir un Busto en un escaparate de moda.
- 6.El uso del color en el escaparate
- 7.Elementos decorativos para escaparates
- 8.Elementos estructurales para escaparates

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EJEMPLOS DE TIENDAS Y ESCAPARATES INTERACTIVOS

PARTE 3. MERCHANDISING Y ANIMACIÓN DEL PUNTO DE VENTA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL MERCADO

- 1.Concepto de mercado
- 2.Definiciones y conceptos relacionados
- 3.División del mercado

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL CONSUMIDOR

- 1.El consumidor y sus necesidades
- 2.La psicología del mercado
- 3.La psicología del consumidor
- 4.Necesidades
- 5.Motivaciones
- 6.Tipos de consumidores
- 7.Análisis del comportamiento del consumidor
- 8.Factores de influencia en la conducta del consumidor
- 9.Modelos del comportamiento del consumidor

UNIDAD DIDÁCTICA 3. SERVICIO/ASISTENCIA AL CLIENTE

- 1.Servicio al cliente
- 2.Asistencia al cliente
- 3.Información y formación del cliente
- 4.Satisfacción del cliente
- 5.Formas de hacer el seguimiento
- 6.Derechos del cliente-consumidor
- 7.Tratamiento de reclamaciones
- 8.Tratamiento de dudas y objeciones

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL PROCESO DE COMPRA

1. Proceso de decisión del comprador
2. Roles en el proceso de compra
3. Complejidad en el proceso de compra
4. Tipos de compra
5. Variables que influyen en el proceso de compra

UNIDAD DIDÁCTICA 5. VENTAS

1. Introducción
2. Teorías de las ventas
3. Tipos de ventas
4. Técnicas de ventas

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL VENDEDOR. PSICOLOGÍA APLICADA

1. El vendedor
2. Tipos de vendedores
3. Características del buen vendedor
4. Cómo tener éxito en las ventas
5. Actividades del vendedor
6. Nociones de psicología aplicada a la venta
7. Consejos prácticos para mejorar la comunicación
8. Actitud y comunicación no verbal

UNIDAD DIDÁCTICA 7. ANIMACIÓN EN EL PUNTO DE VENTA.

1. Merchandising
2. Condiciones ambientales
3. Captación de clientes
4. Diseño interior
5. Situación de las secciones
6. Animación
7. Mobiliario
8. La Circulación de los Clientes
9. Distribución de las secciones
10. La cartelería y señalización

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EXTERIOR DEL PUNTO DE VENTA

1. Introducción
2. La identidad, logo y rótulo
3. Entrada al establecimiento
4. Acciones para tener un comercio actual
5. ¿Dónde establezco el punto de venta?
6. ¿Por qué es importante la imagen exterior de mi punto de venta?
7. El escaparate

UNIDAD DIDÁCTICA 9. EL LINEAL

- 1.Optimización de líneas
- 2.Reparto del lineal
- 3.La implantación del lineal
- 4.Los diferentes niveles del lineal
- 5.Presentación de los productos del lineal

UNIDAD DIDÁCTICA 10. ASPECTOS GENERALES SOBRE MERCHANDISING

- 1.Concepto de merchandising
- 2.Tipos de merchandising
- 3.Análisis de la promoción en el punto de venta
- 4.Objetivos del merchandising promocional
- 5.Tipos de promociones en el punto de venta
- 6.Tipos de periodos para promocionar el establecimiento
- 7.Actitudes para un buen funcionamiento de su negocio

UNIDAD DIDÁCTICA 11. PUBLICIDAD EN EL LUGAR DE VENTA (PLV)

- 1.¿Cómo gestionar eficazmente el área expositiva?
- 2.Técnicas de animación
- 3.La publicidad en el lugar de venta (PLV)
- 4.Objetivos de la publicidad
- 5.El mensaje publicitario
- 6.Elementos de venta visual

PARTE 4. TÉCNICAS PUBLICITARIAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA PUBLICIDAD. LA COMUNICACIÓN COMERCIAL

- 1.La comunicación comercial
- 2.El mix de comunicación comercial: la venta personal, la publicidad, las relaciones públicas, la promoción de ventas y el marketing directo
- 3.La comunicación global de la empresa: identidad e imagen corporativa

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA PUBLICIDAD

- 1.Definición de Publicidad
- 2.Procesos de Comunicación Publicitaria
- 3.Técnicas de Comunicación Publicitaria

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA EMPRESA ANUNCIANTE. EL EMISOR

- 1.Necesidad del Departamento de Publicidad en la empresa
- 2.Funciones del Departamento de Publicidad
- 3.Determinación del presupuesto publicitario
- 4.La selección de la empresa de publicidad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA AGENCIA PUBLICITARIA. EL EMISOR TÉCNICO

- 1.La Agencia de Publicidad

- 2.Organigrama de una Agencia Publicitaria
- 3.Clasificación de las Agencias
- 4.El fundamento económico y las relaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL CANAL DE COMUNICACIÓN

- 1.Concepto y clasificación
- 2.Medios Publicitarios
- 3.Internet y Publicidad
- 4.Animación y Marketing
- 5.Telemarketing
- 6.Estrategias Publicitarias

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA PLATAFORMA COMERCIAL

- 1.Introducción
- 2.El cliente actual
- 3.El cliente potencial
- 4.Plataforma Comercial de Mercado

UNIDAD DIDÁCTICA 7. DEFINICIÓN Y DELIMITACIÓN EN EL MERCADO RELEVANTE

- 1.El entorno de las Organizaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EL ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE COMPRA DE LOS CONSUMIDORES Y DE LAS ORGANIZACIONES

- 1.El estudio del comportamiento de compra: características, alcance e interrelaciones con otras disciplinas
- 2.Los condicionamientos del comportamiento de compra de los consumidores
- 3.Tipos de comportamiento de compra y etapas en el proceso de compra en los mercados de consumo
- 4.El comportamiento de compra de las organizaciones: condicionantes, tipos de comportamiento y etapas en el proceso de compra industrial

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

- 1.Importancia de la estrategia de segmentación del mercado en la estrategia de las organizaciones
- 2.Los criterios de segmentación de mercados de consumo e industriales. Requisitos para una segmentación eficaz
- 3.Las estrategias de cobertura del mercado
- 4.Las técnicas de segmentación de mercados a priori y a posteriori

UNIDAD DIDÁCTICA 10. EL ATRACTIVO DEL MERCADO Y DE LOS SEGMENTOS

- 1.El análisis de la demanda. Concepto, dimensiones y factores condicionantes de la demanda
- 2.Concepto de cuota de mercado de una marca: determinación y análisis de sus componentes
- 3.Los modelos explicativos de la selección y del intercambio de marca
- 4.Los factores condicionantes del atractivo estructural de un mercado o segmento

UNIDAD DIDÁCTICA 11. LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y EL MARKETING

- 1.Componentes de un sistema de información de marketing
- 2.Concepto, objetivos y aplicaciones de la investigación de mercado
- 3.Metodología para la realización de un estudio de investigación de mercado

PARTE 5. FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTOS BÁSICOS

1. Reflexión sobre la comunicación
2. Cliente/Consumidor
3. Queja/Objeción
4. Reclamación
5. Tarea profesional
6. Concepto de calidad
7. Criterios de calidad
8. Concepto de excelencia
9. El equipo y la imagen corporativa
10. La sinergia grupal

UNIDAD DIDÁCTICA 2. SERVICIO/ASISTENCIA AL CLIENTE

1. Servicio al cliente
2. Asistencia al cliente
3. Información y formación del cliente
4. Satisfacción del cliente
5. Formas de hacer el seguimiento
6. Derechos del cliente-consumidor

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LEALTAD AL CLIENTE

1. Marketing Relacional
2. El enfoque del marketing
3. Marketing Relacional (CRM)
4. Concepto de fidelidad
5. El cliente actual
6. Orientación hacia el mercado VS Orientación hacia el producto
7. Concepto de lealtad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CAUSAS Y CONSECUENCIAS DE LA LEALTAD

1. Causas de la lealtad
2. La percepción del cliente
3. El factor producto
4. La marca
5. El factor precio
6. Canal de distribución
7. La promoción
8. Consecuencias de la lealtad

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE LA LEALTAD

1. Introducción

- 2.Diferenciación empresarial
- 3.Pilares de la empresa
- 4.Fidelización del cliente interno
- 5.Fidelización de los inversores
- 6.La escalera de la lealtad
- 7.Ofrecimiento de valor al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL CLIENTE FIEL

- 1.Concepto de cliente
- 2.¿El cliente siempre tiene la razón?
- 3.El proceso de compra
- 4.¿A quién fidelizar?
- 5.Ventajas de la fidelidad para el cliente
- 6.Clases de fidelidad del cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL CLIENTE; LA BASE DE LA FIDELIZACIÓN

- 1.Introducción
- 2.Principales causas de la insatisfacción del cliente
- 3.El decálogo del cliente
- 4.La excelencia en la atención al cliente
- 5.La calidad del servicio al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 8. TRATAMIENTO DE QUEJAS, RECLAMACIONES, DUDAS Y OBJECIONES

- 1.Introducción
- 2.¿Por qué surgen las reclamaciones?
- 3.Directrices en el tratamiento de quejas
- 4.¿Qué hacer ante el cliente?
- 5.¿Qué no hacer ante el cliente?
- 6.Actitud ante las quejas y las reclamaciones
- 7.Tratamiento de dudas y objeciones
- 8.Atención telefónica en el tratamiento de quejas

UNIDAD DIDÁCTICA 9. FIDELIZACIÓN Y RETENCIÓN

- 1.Consideraciones previas
- 2.Cuestiones prácticas de negociación
- 3.Estrategias para cerrar la venta
- 4.Cómo ofrecer un excelente servicio postventa
- 5.Programas de fidelización
- 6.Diseño del programa de fidelización
- 7.Medición de los programas de fidelización