



## DIPLOMATURA - VISUAL MERCHANDISING EN MODA

### **Fundamentación**

En la diplomatura de Visual merchandising en moda se acerca al alumno a una visión estratégica del punto de venta, considerando aspectos esenciales para la comercialización del producto de moda como la distribución y la presentación.

A su vez, se contempla la tienda como el lugar óptimo para ofrecer al cliente una experiencia de compra distintiva y reforzar la comunicación de la identidad de marca.

### **Objetivos Generales**

- Reconocer las funciones del visual merchandising EN MODA como disciplina que contribuye a incrementar las ventas, transformar la experiencia de compra y mejorar la imagen de marca.
- Comprender cómo se comporta el consumidor de moda para realizar diseños de tienda adaptados a la óptica del cliente.
- Proyectar y distribuir eficazmente el espacio interior de una tienda, con el fin de favorecer la circulación de los clientes.
- Asimilar estrategias para presentar adecuadamente los productos en el espacio interior de una tienda y en la vidriera.
- Identificar los elementos y materiales que intervienen en el diseño de espacios interiores y vidrieras, aprendiendo cómo aplicarlos para generar ambientes atractivos.
- Reconocer y clasificar los principales tipos de tienda
- Definir recursos y elementos a tener en cuenta para realizar una adecuada distribución en planta de establecimiento comercial
- Identificar las formas de presentación más adecuadas para organizar y exhibir la mercancía en el interior del establecimiento.
- Identificar los elementos que configuran la imagen exterior de la tienda y analizar su funcionalidad
- Describir los recursos y los elementos que intervienen en el diseño y montaje de una vidriera.

## **Contenidos**

### **Módulo 1**

1. Introducción al Visual Merchandising en el sector de la moda
  - 1.1. Definición del Visual Merchandising, donde trabaja un visual merchandiser
  - 1.2. Historia del Visual Merchandising.
  - 1.3. Tipos de estrategias de merchandising
    - Rol estratégico, estrategias de KPI
  - 1.4. El comportamiento del consumidor de moda.
    - 1.4.1 Dimensiones del proceso de compra
    - 1.4.1 La compra por impulso de moda
    - 1.4.2 Variables que influyen en el consumidor
      - percepción
      - Variables psicograficas
      - Clase y grupos sociales

### **Módulo 2**

2. Diseño de tiendas
  - 2.1. Tipos de tiendas y puntos de venta.
    - flagship store
    - concept store
    - pop up store
    - experiential retail
    - retail híbrido
  - 2.1.1 La distribución comercial.
  - 2.1.2 Clasificación de tiendas
  - 2.1.3 Según el tipo de producto vendido
  - 2.1.4 Según al tipo de compradores al que diriges
  - 2.1.5 Según la utilidad de productos que ofrece
  - 2.1.6 Según las relaciones de propiedad
  - 2.1.7 Según la localización de las tiendas
  - 2.2. La tienda en el sector de la moda.
  - 2.3. Distribución y organización de la tienda.

- 2.3.1. Adyacencia de artículos.
- 2.3.2. Distribución en planta y circulación.
- 2.3.3. Zonas frías y calientes del punto de venta
- 2.4 Análisis de ejemplos y casos prácticos.

### **Módulo 3**

- 3. Visual Merchandising en el interior
  - 3.1 Tipos de expositores.
  - 3.2 Sistemas murales.
  - 3.3 Expositores especializados.
  - 3.4 Expositores de marcas específicas.
  - 3.5 Concesiones.
  - 3.6 Presentación y colocación de productos.
  - 3.7 Exposiciones interiores y stands de temporada.
  - 3.8 Merchandising sensorial y creación de ambiente.
  - 3.9 La comunicación: señalización y etiquetaje.

### **Módulo 4**

- 4. Visual Merchandising en el exterior
  - 4.1 La imagen exterior.
  - 4.2 Funciones de las vidrieras.
  - 4.3 Tipos de vidrieras.
  - 4.4 El diseño de una vidriera.
    - 4.4.1 Tema y esquema
    - 4.4.2 Presupuesto
  - 4.5 Línea
  - 4.6 Composición
  - 4.5 Color.
  - 4.6 Iluminación.
  - 4.8 Señalización y gráficos.
  - 4.9 Planificación y Montaje

## **Modulo 5**

5.1 Maniquies

5.2 Modelado

5.3 La compra de maniqués

5.4 Estilismo

5.5 Sujeción

5.6 Agrupación

5.6 Mantenimiento

## **Módulo 6**

6.1 Tendencias de compra e innovaciones

6.2 Tecnología y visual merchandising digital (IA)

6.3 Lineamientos básicos de Sketch up

6.4 Sostenibilidad

6.5 Internacionalización