Escaparatismo comercial

60 HORAS
AF: 66008

El objetivo general de este curso es dar a conocer los fundamentos teóricos y prácticos para que el alumno y/o trabajador sea capaz de llevar a cabo una buena planificación y montaje de un escaparate.
Al finalizar este curso, el alumno será capaz de: Conocer las principales características de un escaparate y la procedencia del término. Conocer los principios de percepción visual en escaparatismo. Valorar las características necesarias para montar un buen escaparate. Saber qué misión tiene el escaparate y sus diferentes fases de composición. Diferenciar los elementos que intervienen en un escaparate: ambientales, revestimientos, soportes, etc. Conocer los tipos de escaparates según su ubicación, estructura, presentación, función, producto y género. Conocer el ámbito de influencia y el público objetivo. Saber cómo funciona el escaparatismo y su competencia.

UNIDAD 1. PRINCIPIOS BÁSICOS DEL ESCAPARATISMO
1.1 Definición de escaparate 1.1.1. Características de un buen escaparate 1.2. Definición de escaparatismo 1.2.1. ¿De dónde viene el escaparatismo? 1.3. Principio de percepción visual en escaparatismo 1.3.1. Percepción de los objetos 1.3.2. Zonas de interés del escaparate

UNIDAD 2. OBJETIVOS COMERCIALES DEL ESCAPARATISMO
2.1. Aspectos generales en la elaboración de un escaparate 2.2. Principios básicos en el montaje de un escaparate 2.3. Características fundamentales que debe reunir un escaparate 2.4. Principios de composición 2.5. Misión del escaparate 2.6. Finalidad del escaparate

UNIDAD 3. FASES DE CREACIÓN DE UN ESCAPARATE
3.1. Fase preparatoria 3.2. Fase informativa 3.3. Fase creativa 3.4. Fase decisoria

UNIDAD 4. ELEMENTOS QUE INTERVIENEN EN UN ESCAPARATE
4.1 . Elementos de ambientación 4.2 . Revestimientos 4.3 . Soportes 4.4 . Fechas y exhibidores 4.5 . Maniquíes, módulos, bandera y fondos 4.6 . Señalizadores, captadores y cartelerías

UNIDAD 5. TIPOS DE ESCAPARATES
5.1. Escaparates según su ubicación 5.2. Escaparates según su estructura 5.3. Escaparates según su presentación 5.4. Escaparates según su función 5.5. Escaparates según su producto 5.6. Escaparates según su género

UNIDAD 6. ADECUACIÓN DE LA IMAGEN DEL ESCAPARATE
6.1 . Ámbito de influencia y público objetivo 6.1.1 Público de proximidad 6.1.2 Público de oportunidad 6.1.3 Público de tránsito 6.2 . Escaparatismo y competencia 6.3 . Escaparatismo y segmentación del público objetivo
Resumen
BIBLIOGRAFÍA
GLOSARIO