

DISEÑADOR DE LOCALES COMERCIALES Y VIDRIERAS

Duración: 3 meses

Modalidad: virtual

TEMARIO

Módulo 1: El diseño interior.

Diseño y decoración. Campo profesional del diseño. Diseño de locales comerciales. Captación sensorial. Aportes de la Gestalt. Premisas de diseño. Orden y complejidad.

Módulo 2: Color. Tinte, valor y saturación.

Fenómenos asociados a la luz. Aspectos Psicológicos y Fisiológicos del color. El ambiente. Efectos del color. Esquemas básicos del color. Alfombras. Tipos de pinturas. Sugerencias. Ideas sectoriales. Feng shui.

Módulo 3: Ergonomía.

Definición. Aplicaciones y beneficios de la ergonomía. Ambientación y diseño de oficinas. Áreas de trabajo, reunión, descanso. Pertenencia. Iluminación. Diseño del puesto de trabajo en oficinas y despachos. Dimensiones. Altura. Zonas de alcance. Espacio para las piernas. Mobiliario. Exigencias del confort ambiental. Utilización de computadoras. Patologías asociadas.

Módulo 4: Locales comerciales.

A quien se dirigen los productos. Locales masivos, exclusivos, en contexto. Target y edades. Puesta de un local o negocio. Diseño de acuerdo a su tipología. Ciclo de vida de un establecimiento. Reformas. Decoración y diseño: implantación, color, iluminación, equipamiento.

Módulo 5: El escaparate o vidriera.

Breve introducción histórica. Función. Objetivos. Clases de escaparates. ¿Qué es un escaparatista? Conocimientos básicos y necesarios del escaparatista.

Módulo 6: El diseño de vidrieras.

Función y estrategias de venta. Distintos tipos de vidrieras. Lectura de vidrieras. Cómo comunicar y exhibir. La vista. Adecuación de mi vidriera en cuanto al espacio –producto – contexto socio-económico. Representación de una marca. Correcta e incorrecta exhibición. Conceptos organizacionales.

Módulo 7: Marketing y Merchandising.

Definición. Necesidades, deseos y demandas. Productos. Valor al cliente. Marketing de relaciones. Concepto y ejemplos de estrategias de marketing. Diseño de estrategias. Mix de marketing. Merchandising. Gestión del surtido. Dimensiones subjetivas. La gestión por categorías en el punto de venta. La arquitectura exterior e interior del establecimiento. Gestión estratégica del lineal. Categorías y funciones. Implantación, Exposición.