

Diseño de escaparates



Área: COMERCIO Y MARKETING

Modalidad: Teleformación

Duración: 80 h

Precio: 24.00€

[Curso Bonificable](#)

[Contactar](#)

[Recomendar](#)

[Matricularme](#)

OBJETIVOS

Objetivos:

####

Objetivos generales

####

- Dotar a los participantes de los conocimientos necesarios que les permita desarrollar competencias y cualificaciones básicas en el puesto de trabajo con el fin de mejorar su profesionalidad y proporcionarle una mayor estabilidad en el mercado laboral.

####

- Proporcionar a los trabajadores la formación necesaria en las técnicas que se utilizan para configurar un correcto escaparate.

####

- Proporcionar al alumno una visión general sobre las principales técnicas de escaparatismo necesarias para el desarrollo del trabajo de diseño y montaje de escaparates.

####

Objetivos específicos

####

- Conceder la importancia que un escaparate tiene en el marketing comercial.

####

- Obtener conocimientos sobre la evolución histórica del escaparate, y, así, comprender la importancia que ha tenido a lo largo de dicha historia, hasta nuestros días.

####

- Iniciar al participante en las técnicas de escaparatismo y sensibilizarle sobre su función.

####

- Saber cuáles son los aspectos que adquieren especial relevancia en la creación de los escaparates, y fomentar su puesta en práctica con el fin de conseguir la mayor eficacia posible.

####

- Aprender a seleccionar los productos, y su colocación e iluminación más adecuadas, para alcanzar un efectivo escaparate

CONTENIDOS

TEMA 1. EL ESCAPARATE Y SU EVOLUCIÓN HISTÓRICA

- 1.1. INTRODUCCIÓN
- 1.2. RECORRIDO HISTÓRICO

TEMA 2. PRINCIPIOS FUNDAMENTALES DEL ESCAPARATE

- 2.1. INTRODUCCIÓN
- 2.2. FUNCIONALIDAD
- 2.3. ESTILO PROPIO
- 2.4. SIMPLICIDAD
- 2.5. CREATIVIDAD
- 2.6. UNIDAD
- 2.7. OPORTUNIDAD
- 2.8. ECONOMÍA
- 2.9. ADAPTACIÓN

TEMA 3. FORMACIÓN Y CONOCIMIENTOS DEL ESCAPARATISTA

- 3.1. INTRODUCCIÓN
- 3.2. CONOCIMIENTOS DEL MERCADO
- 3.3. HABILIDADES Y CONOCIMIENTOS TÉCNICOS
- 3.4. HABILIDADES Y CONOCIMIENTOS ARTÍSTICOS
- 3.5. LOS ESTUDIOS QUE CONFORMAN LA BASE DE SUS CONOCIMIENTOS

TEMA 4. LA COMPOSICIÓN Y SUS PRINCIPIOS

- 4.1. INTRODUCCIÓN
- 4.2. EQUILIBRIO, SIMETRÍA, PESO Y VOLUMEN
- 4.3. EL PUNTO, LA LÍNEA, LA FORMA Y SU PERCEPCIÓN PSICOLÓGICA
- 4.4. LA ARMONÍA
- 4.5. COMPOSICIONES

TEMA 5. EL PROCESO DE VENTA

- 5.1. LA VENTA COMO FINALIDAD
- 5.2. FASES DE LA VENTA
- 5.3. LA ATENCIÓN AL CLIENTE

TEMA 6. EL COLOR

- 6.1. INTRODUCCIÓN
- 6.2. COLORES CÁLIDOS Y FRÍOS
- 6.3. EFECTOS PSICOLÓGICOS DEL COLOR

TEMA 7. EL ESCAPARATE Y LA COMUNICACIÓN VISUAL

- 7.1. LA COMUNICACIÓN VISUAL. GENERALIDADES
- 7.2. LA PERCEPCIÓN

TEMA 8. ESTILOS DECORATIVOS

- 8.1. INTRODUCCIÓN
- 8.2. GRECIA
- 8.3. ROMA
- 8.4. EL ISLAM
- 8.5. INDIA
- 8.6. CHINA
- 8.7. JAPÓN

- 8.8. EDAD MEDIA
- 8.9. RENACIMIENTO
- 8.10. BARROCO
- 8.11. ROCOCÓ
- 8.12. ESTILO ADAM
- 8.13. ESTILO IMPERIO
- 8.14. ESTILO VICTORIANO

TEMA 9. ESTILOS DECORATIVOS ACTUALES

- 9.1. INTRODUCCIÓN
- 9.2. ALGUNOS ESTILOS ACTUALES
 - 9.2.1. FRANCÉS
 - 9.2.2. PROVENZAL
 - 9.2.3. INGLÉS
 - 9.2.4. MINIMALISTA
 - 9.2.5. COLONIAL
 - 9.2.6. ITALIANO
 - 9.2.7. ROMÁNTICO

TEMA 10. LA IMAGEN COMERCIAL

- 10.1. INTRODUCCIÓN
- 10.2. ELEMENTOS ESTABLES: AQUELLOS QUE NO PUEDEN CAMBIARSE, O NO DEBERÍAN
- 10.3. ELEMENTOS DINÁMICOS: AQUELLOS ELEMENTOS SUSCEPTIBLES DE MODIFICACIÓN, YA QUE IDEALMENTE DEBEN ADAPTARSE A LOS CAMBIOS
- 10.4. IMPACTO SOCIAL

TEMA 11. PSICOLOGÍA DE LAS VENTAS Y EL CONSUMIDOR

- 11.1. PSICOLOGÍA
 - 11.1.1. EFECTOS PSICOLÓGICOS DE LA LUZ
 - 11.1.2. EFECTOS PSICOLÓGICOS DEL GRAFISMO
- 11.2. MOTIVACIONES Y MOTIVOS DE COMPRA
 - 11.2.1. DISTINCIÓN ENTRE MOTIVACIONES Y MOTIVOS
 - 11.2.2. TIPOS DE MOTIVACIÓN
 - 11.2.3. MOTIVOS
- 11.3. SOCIOLOGÍA

TEMA 12. MARKETING Y MERCHANDISING

- 12.1. MARKETING
 - 12.1.1. CONOCIMIENTO DEL MERCADO
 - 12.1.2. PERFIL DEL CLIENTE
 - 12.1.3. CONOCIMIENTO DEL PRODUCTO
 - 12.1.4. LA CALIDAD DEL PRODUCTO
 - 12.1.5. EL ATRACTIVO DEL PRECIO
- 12.2. MERCHANDISING

TEMA 13. DIBUJO ARTÍSTICO Y TÉCNICO

- 13.1. INTRODUCCIÓN
- 13.2. DIBUJO ARTÍSTICO: NOCIONES BÁSICAS
 - 13.2.1. EL TRAZO
 - 13.2.2. EL ENCUADRE
 - 13.2.3. EL ENCAJE
 - 13.2.4. LA COMPOSICIÓN
 - 13.2.5. LA TÉCNICA DE LA CUADRÍCULA
- 13.3. DIBUJO TÉCNICO: NOCIONES BÁSICAS
 - 13.3.1. VISTAS
 - 13.3.2. COTAS
 - 13.3.3. ESCALAS

TEMA 14. DISEÑO Y PERSPECTIVA

- 14.1. PERSPECTIVA
- 14.2. LA PERSPECTIVA CABALLERA
 - 14.2.1. TRAZADO DE PARALELAS
 - 14.2.2. TRAZADO DE PERPENDICULARES
 - 14.2.3. TRAZADO DE LÍNEAS A 45º
 - 14.2.4. TRAZADO DE LÍNEAS A 30 Y 60 GRADOS
- 14.3. MATERIALES DE DIBUJO TÉCNICO

TEMA 15. FASES DEL DISEÑO DE UN ESCAPARATE

- 15.1. INTRODUCCIÓN
- 15.2. LA IDEA
- 15.3. EL BOCETO
- 15.4. EL PROYECTO
- 15.5. EL PRESUPUESTO

TEMA 16. NOCIONES DE INTERIORISMO COMERCIAL

- 16.1. INTRODUCCIÓN
- 16.2. NOCIONES BÁSICAS DEL DISEÑO DE INTERIORES
- 16.3. INTERIORISMO COMERCIAL
- 16.4. ANÁLISIS PREVIO
- 16.5. ESTÉTICA
- 16.6. ELEMENTOS FUNCIONALES

TEMA 17. EL MANIQUÍ

- 17.1. HISTORIA
- 17.2. TIPOS DE MANIQUÍES Y OTROS SOPORTES

TEMA 18. TEJIDOS Y CORTINAJES

- 18.1. INTRODUCCIÓN
- 18.2. DIFERENTES FORMAS DE UTILIZAR EL TEJIDO EN ESCAPARATISMO
- 18.3. USO DEL TEJIDO PARA AMBIENTACIÓN DEL ESCAPARATE
- 18.4. CLASES DE TEJIDO
- 18.5. CORTINAJES
- 18.6. TIPOS DE CORTINAJES
- 18.7. TAPICERÍAS

TEMA 19. ELEMENTOS DECORATIVOS

- 19.1. INTRODUCCIÓN
- 19.2. ELEMENTOS ESTÁTICOS
- 19.3. ELEMENTOS CON MOVIMIENTO
- 19.4. ELEMENTOS VIVOS

TEMA 20. CALENDARIO PROMOCIONAL

- 20.1. GENERALIDADES
- 20.2. PROGRAMACIÓN DE LOS ESCAPARATES
- 20.3. TIPOS DE ESCAPARATE SEGÚN EL CALENDARIO PROMOCIONAL
- 20.4. VIGENCIA DE LOS ESCAPARATES

TEMA 21. EL DISEÑO DE ESCAPARATES PARA DIFERENTES SEGMENTOS DEL MERCADO

- 21.1. ELECTRODOMÉSTICOS
- 21.2. TEXTIL
- 21.3. FARMACIA Y COSMÉTICA
- 21.4. FOTOGRAFÍA
- 21.5. ALIMENTACIÓN
- 21.6. CALZADO
- 21.7. JOYERÍA Y RELOJERÍA
- 21.8. FLORISTERÍA

METODOLOGIA

- **Total libertad de horarios** para realizar el curso desde cualquier ordenador con conexión a Internet, **sin importar el sitio desde el que lo haga**. Puede comenzar la sesión en el momento del día que le sea más conveniente y dedicar el tiempo de estudio que estime más oportuno.
- En todo momento contará con un **asesoramiento de un tutor personalizado** que le guiará en su proceso de aprendizaje, ayudándole a conseguir los objetivos establecidos.
- **Hacer para aprender**, el alumno no debe ser pasivo respecto al material suministrado sino que debe participar, elaborando soluciones para los ejercicios propuestos e interactuando, de forma controlada, con el resto de usuarios.
- **El aprendizaje se realiza de una manera amena y distendida**. Para ello el tutor se comunica con su alumno y lo motiva a participar activamente en su proceso formativo. Le facilita resúmenes teóricos de los contenidos y, va controlando su progreso a través de diversos ejercicios como por ejemplo: test de autoevaluación, casos prácticos, búsqueda de información en Internet o participación en debates junto al resto de compañeros.
- **Los contenidos del curso se actualizan para que siempre respondan a las necesidades reales del mercado**. El departamento multimedia incorpora gráficos, imágenes, videos, sonidos y elementos interactivos que complementan el aprendizaje del alumno ayudándole a finalizar el curso con éxito.

REQUISITOS

Los requisitos técnicos mínimos son:

- Navegador Microsoft Internet Explorer 5.5 o superior, con plugin de Flash, cookies y JavaScript habilitados.
No se garantiza su óptimo funcionamiento en otros navegadores como Firefox, Netscape, Mozilla, etc.
- Resolución de pantalla de 800x600 y 16 bits de color o superior.
- Procesador Pentium II a 300 Mhz o superior.
- 32 Mbytes de RAM o superior.