

DIPLOMADO VISUAL MERCHANDISING



PRESENTACIÓN

Para ganar espacio en el mercado, es de suma importancia conquistar en primer término la emoción del cliente.

Esto se hace en gran medida a través de la imagen visual que se proyecta en el punto de venta.

La incorporación de lineamientos de Marketing y Visual Merchandising en el diseño interior y vitrinas, es una de las formas más efectivas para aumentar la rentabilidad de un establecimiento comercial, desarrollar una marca fuerte y captar la atención del cliente mediante una adecuada presentación y ubicación de productos en el punto de venta.

OBJETIVO GENERAL:

Conocer conceptos y técnicas de diseño, comprender los roles, objetivos y funciones del Visual Merchandising para potenciar la exhibición y comercialización del producto en el punto de venta.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Manejar las percepciones y motivaciones a partir del efecto de los sentidos.
- Conocer del espacio el efecto en vitrinas, fachadas, circulación, iluminación, mobiliario, punto de pago y vestier.
- Aplicar principios básicos en elementos y productos de comunicación visual y gráfica.
- Lograr la aplicación en la exhibición y mercadeo visual del espacio comercial y mercadeo del cliente.

DIRIGIDO A:

Tecnólogos y Profesionales de Diseño de Modas, profesional en Diseño de Interior y Espacios, actividades y carreras afines con la comercialización de la industria de la moda.



CONFERENCISTAS:

GINA GUTIÉRREZ CABRERA:

Especialista en Negociaciones de Diseño y Comunicación en la Universidad de Palermo de Argentina. Personal Shopper y Asesora de empresas en el campo Imagen y Protocolo Empresarial.

MARÍA CECILIA LÓPEZ BARRIOS:

Magíster en Mercadeo y Diseñadora de Modas y Textiles.

MARJORIE CABALLERO:

Magíster en Mercadeo, profesional en Diseño de Modas y Alta Costura, con amplia experiencia en Pedagogía y procesos académicos, asesora en el campo de diseño, calzado y marroquinería.

CONTENIDO:

MÓDULO 1: MARCA

- Definiciones de Visual Merchandising.
- Importancia y relevancia del Visual Merchandising en el medio comercial.
- Análisis de cultura de marca y evolución.
- Experiencias de compra, posicionamiento de marca, análisis de estilos de vida.
- Observación y análisis en visitas realizadas o Street Visión.

MÓDULO 2:

PERCEPCIONES Y
MOTIVACIONES

- Factores psicológicos, desarrollo de la influencia del color en el retail.
- Factores psicológicos, el olfato, tendencia al comercio temático.
- Factores psicológicos, la audición y el tacto, generadores de sensaciones y aumento de la rentabilidad.
- Síntesis, relaciones entre el área temática y posibles casos en la ciudad, en la región y en el exterior.
- Perfiles de los consumidores.

MÓDULO 3:

INTERIORISMO Y
MARKETING

- Escaparates y Fachadas.
- Vitrinismo, efectos de la iluminación y la señalización en los displays.
- Pautas generales sobre la exhibición, tipo de mobiliario.
- Interiorismo y Estandería.
- Comercialización y Publicidad.

VALORES:

INVERSIÓN 1.600.000

DESCUENTOS:

10% Estudiantes y empleados
15% Egresados UAC

HORARIO:

Viernes de 5:00 p.m a 9:00 p.m
Sábados de 8:00 a.m a 2:00 p.m



AUTÓNOMA DEL CARIBE

— LA UNIVERSIDAD —

**DIPLOMADO
VISUAL MERCHANDISING**



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL CARIBE

Dirección Calle 90 #46-112
PBX: 3853400 Ext 478 - 474
Barranquilla, Colombia

Línea Gratuita 01 8000 918286

Operador móvil Tigo #286

 /uniautonomia  @UAutonomia

 @uniautonomia

DANKA BOLÍVAR VASILEF

Vicerrectora de Extensión y Proyección Social
danka.bolivar@uac.edu.co

EDUCACIÓN CONTINUADA Y GERENCIAL

Teléfono: 3853481 Ext: 481, 462, 554
PBX: 3853400
jaime.diaz28@uac.edu.co
daniela.manotas@uac.edu.co
olga.duarte@uac.edu.co

**VICERRECTORÍA DE
EXTENSIÓN
Y PROYECCIÓN SOCIAL**



AUTÓNOMA DEL CARIBE
— LA UNIVERSIDAD —