



Diplomado en Visual Merchandising

Intensidad: 120 horas
Horario: miércoles y jueves de 6:00 p.m. a 9:00 p.m.
y sábado de 8:00 a.m. a 12:00 m.

El Diplomado de Visual Merchandising, estrategias de marca y técnicas de exhibición comercial, acerca al participante al sector del retail a partir de un conocimiento que integra diferentes especialidades que forman parte de la estrategia y el diseño que se aplica a los espacios comerciales contemporáneos.

La importancia de la experiencia, la relevancia de los diferentes aspectos de la marca, la omnicanalidad y muchos otros factores, son determinantes para comprender cómo se expresa y posiciona la marca en su punto de venta virtual ó físico. Seguir y comprender las tendencias del sector, hace parte de un ejercicio diario para aquellos que estamos inmersos en el mundo del comercio y a partir de nuestros retail tours, buscamos comprender y aterrizar conceptos a la vida real, capacitando a los participantes en dar soluciones prácticas a las situaciones que enfrentan los puntos de venta en Colombia de manera estratégica, creativa y con impacto comercial.

Especialistas con trayectorias reconocidas en empresas como IKEA, Mario Hernández, Bally, Hermés, The North Face, Totto, Grupo Takami, Yanuba, Feat Events hacen parte del grupo de conferencistas que acompañarán nuestro Diplomado.

Realizaremos 3 salidas de campo, 3 proyectos en una bitácora de creación de herramientas durante el curso del diplomado y un trabajo final que completará la bitácora y compilará los conocimientos adquiridos.

Objetivos

- Conocer, reconocer, practicar y aplicar, la gestión del punto de venta desde el diseño del visual merchandising, con el fin de rentabilizar las ventas por medio de una exhibición creativa y sostenible, que esté de acuerdo al comportamiento y las tendencias de consumo, tanto locales como internacionales.
- Estructurar un nuevo pensamiento en los asistentes y participantes del curso para entender la exhibición comercial de productos y servicios mediante el diseño de su espacio comercial y la vitrina, como una disciplina clara, precisa y objetiva integrada a las demás actividades del negocio.
- Hacer de las compras por impulso un fin del espacio comercial, mediante el comercio emocional aplicado al visual merchandising.

Dirigido a

Gerentes, Ejecutivos, Directores de Cuentas, Consultores, que se encuentren interesados en ahondar en el área del Visual Merchandising, así como profesionales en áreas de Mercadeo, Publicidad, Diseño Industrial, Diseño Gráfico, Diseño Visual, Administración de empresas, Arquitectura, Relaciones Públicas, Comunicación Social y demás profesiones, en las cuales intervengan el ámbito de venta, consumo y promoción de productos y servicios.

Programa académico

Módulo 1

Semana 1

- Historia y generalidades del Visual Merchandising.
- La vitrina.
- Introducción al Visual Merchandising.

Semana 2

- La Marca: Puntos de contacto.
- Materiales.

Semana 3

- Mobiliario: Tipología, materiales, características y uso en diferentes canales.
- Marca orientada a atmósferas gastronómicas.
- Retail Safari: Orígenes del comercio en Bogotá (salida).

Módulo 2

Semana 4

- Conceptos de Iluminación: definiciones, fuentes de luz, color y niveles lumínicos.
- Personal Shopper: Añadiendo valor a la experiencia de compra.
- Presupuesto y Taller: Marca, materiales y moodboard.

Semana 5

- Comportamiento, psicología y estímulo del consumidor.
- Marca: panorama retail en Colombia y el mundo.

Semana 6

- Workshop: Proyectos de Iluminación Comercial: (Luminarias, proyectos,

estrategias de iluminación y control lumínico).

- Taller: Marca, materiales y moodboard.

Módulo 3

Semana 7

- Visual Merchandising orientado a la Moda: Styling y manejo de maniqués I.
- Retail Branding: Adaptaciones de un espacio comercial.
- Presentación de Workshop: marca, materiales para atmósferas gastronómicas.

Semana 8

- Visual Merchandising orientado a la Moda: Styling y Manejo de maniqués II.
- Activaciones de Marca: BTL y creaciones efímeras.
- Taller – Fashion VM (salida).

Semana 9

- La publicidad y su influencia en el comportamiento de consumidor.
- Modelo para el estudio del proceso de compra.
- Diseño de Layout e indicadores.

Semana 10

- Marketing Sensorial: El sonido en el PV.
- Neuroexperiencia, Neuromarketing.

Semana 11

- Workshop: Retail Design.
- Neuroselling y Advergaming.
- Diseño de Layout e indicadores.

Módulo 4

Semana 12

- Gestión e Marcas de lujo.
- Tendencias de Retail: tecnología en el PV.
- Retail Safafi II: Ambiente Living y Carulla Fresh (salida).

Semana 13

- Análisis de trabajo final perfil, experiencia de marca.
- Construcción de usuario.
- Shopper Marketing.

Semana 14

- Análisis de trabajo final perfil Neuro-marketing.
- Factores claves del comercio experiencial – tendencias de consumo.

Educación Continuada

PBX: 242 7030 Ext: 1160

educacion.continuada@utadeo.edu.co

Carrera 4 # 23 - 76

Piso 2 Bogotá, Colombia

VIGILADA MINEDUCACIÓN