

## MODA Y VISUAL MERCHANDISING

*Año Académico 2008/2009*

*“Un modelo comercial monótono suele conducir al fracaso. Se puede innovar en el diseño, en el producto, en la tecnología, en el ambiente. La cuestión es no crear indiferencia”.*  
George Homer

### CONTENIDOS

La base del visual merchandising, término anglosajón surgido en la década de los 50 a raíz de los denominados autoservicios, es aumentar la atracción de los consumidores hacia el punto de venta.

El visual merchandising debe entonces estimular al cliente a comprar, pero sobretodo, a través de acciones de comunicación persuasivas, impulsar el deseo de regresar.

### OBJETIVO

Dotar a los alumnos de conocimientos y habilidades para poder proyectar un “punto de venta” mediante el análisis del producto, formas de presentación, estudio del montaje y la exposición de la mercancía. También se tratan los principios fundamentales de las estrategias del marketing y su aplicación, las pautas del “fashion marketing” y la figura del product manager.

### METODOLOGIA

El programa consta de dos grandes partes:

Una parte conceptual, con las intervenciones de los diversos profesionales que toman parte en el proceso de elaboración de un visual merchandising y, paralelamente, una parte práctica en la que se desarrollará un caso de estudio donde los alumnos aplicarán los conocimientos que vayan adquiriendo.

A lo largo del programa se realizarán clases fuera de la escuela como complemento a determinadas materias.

### DESTINATARIOS

El curso está dirigido a estudiantes de moda y marketing, de diseño o profesionales con experiencia laboral en el campo de la moda, en tiendas o afines.

## PROGRAMA

### Historia de la moda del siglo XX

Esta asignatura es una introducción a la moda del siglo XX a partir de los acontecimientos históricos y los movimientos sociales que configuraron la identidad de cada periodo.

Recorrido década a década de los “looks” característicos que triunfaron considerando el entorno social que los propició.

Siluetas, volúmenes, tejidos, materiales, colores y prendas que marcaron cada etapa.

### Marketing de Moda

Este curso pretende introducir al alumno en el área del Marketing dotándole de los conocimientos básicos para la comprensión global del Marketing como metodología de trabajo y como complemento del proceso creativo en el mundo de la moda y del Visual Merchandising.

El futuro visual merchandiser entenderá la importancia que tiene el Marketing a la hora de alcanzar el éxito en un mercado saturado como es la Moda y aprenderá a ver el Marketing desde el punto de vista del desarrollo de una colección.

El curso tiene un enfoque práctico. El alumno aprenderá los principios básicos del Marketing a través de la experimentación. Cada sesión está planteada como el análisis de un principio específico, a través de la presentación de un ejercicio realizado previamente fuera de clase y el un debate para discutir el resultado del ejercicio. Posteriormente al ejercicio práctico el alumno recibirá contenidos (apuntes y artículos) que refuercen el entendimiento de estos principios básicos.

### Brand y comunicación de la Marca

Las clases tienen el objetivo de proporcionar a los estudiantes los conceptos básicos de la Propiedad Intelectual y de su protección legal, en particular la protección de las marcas en distintos países (a nivel nacional, internacional y comunitario) y en distintos sectores de mercado, de como gestionar y explotar una marca, en particular el análisis de los distintos métodos de evaluación de la Propiedad Intelectual y licencias de marcas.

### Producto de Moda

La figura del Product Manager como función determinante a la hora de diseñar y coordinar los planes de las colecciones, la orientación al marketing y la relación con la parte comercial y puntos de venta

### Arquitectura comercial

En esta asignatura se estudiarán los elementos adoptados para la realización de un prototipo de tienda y en que termino se desarrolla la colaboración indispensable entre la figura del arquitecto y la del visual merchandiser. Quiere dar a los alumnos una visión de la arquitectura del retail con sus diferentes aspectos, empezando por la importancia del concepto y el briefing y reflexionar de cual es realmente el espacio más apropiado para la marca y el producto.

### Iluminación

Esta asignatura pretende aportar al alumno los conocimientos generales del arte de la iluminación, como una de las partes más importantes del visual merchandising, desde un punto de vista histórico, técnico y estilístico.

### Visual Merchandising y Escaparatismo

La propuesta de esta asignatura se centra en la nueva visión del “Punto de venta”, en las herramientas y el método necesarios para un proyecto de tienda de futuro:

Análisis del producto, las diversas formas de presentación, el estudio del montaje y de exposición.

Gestión y coordinación de los “puntos de venta” de propiedad o licencia de marca a través de sesiones informativas (briefing) con los Store Manager y el Visual Merchandising.

Aplicación de los principios estudiados en las sesiones precedentes para la individuación de los productos significativos y concretar la definición de los métodos de exposición.

Estudio de las distintas tipologías de montaje y exposición según el tipo de arquitectura del punto de venta o de exposición (boutique, gran distribución, ferias, corner...) e individuación de las mejores formas de presentación de los productos y los accesorios.

Las distintas formas de exponer el producto de Moda y los complementos en un escaparate.

Breve introducción a las técnicas de exposición.

## INFORMACIONES GENERALES

### DURACIÓN

Inicio y fin: **21 de octubre de 2008 – 23 de marzo de 2009**

Total horas lectivas: **115 horas**

Calendario: **martes y jueves, de 19.30 a 22.30 horas**

*La Dirección del Instituto Europeo Design se reserva el derecho de modificar el plan de estudios y el calendario en función de las exigencias que puedan surgir en relación a los objetivos didácticos.*

- La asistencia a las clases es obligatoria debido a su carácter fundamentalmente práctico, por lo que es imposible cursar a distancia.
- El idioma en que se imparte el curso es el español. A los estudiantes cuya lengua materna no sea el español, pedimos un nivel básico hablado y escrito de castellano.

---

### COSTE

**500€Matricula**

**1.750€TASA ANUAL**

**2.250€TOTAL**

**El pago de la tasa de matrícula se puede efectuar por:**

- En efectivo
- Talón nominativo conformado a nombre de Instituto Europeo di Design S.L.
- Tarjeta de crédito (Visa, Mastercard)
- Ingreso en cuenta y envío del recibo bancario por fax especificando el nombre del alumno

La Caixa: Ofic.0644

Nº cuenta:

ES37

2100 0644 5202 0016 5597

Código SWIFT/internacional:

CAIXESBBXXX

Deutsche Bank

Nº cuenta:

ES38

019/0020/98/4010137645

Código SWIFT/internacional:

DEUTESBB

Banco Popular Español

Nº cuenta

ES31

0075/0829/81/0604412945

Código SWIFT/internacional:

POPUESMM

**El pago de la tasa de curso se puede efectuar por:**

- Un único pago del total de la tasa de curso, (mediante uno de los sistemas de pago de la matrícula), pagadero un mes antes del inicio del curso.
- Pago fraccionado mediante la posibilidad de financiar la tasa del curso a través de las entidades financieras "la Caixa", Deutsche Bank Credit, S.A. y Banco Popular, tramitado un mes antes del inicio del curso tal y como se explica en el folleto informativo que se encuentra a disposición de los alumnos en los despachos del SIO y en el de administración.

### SERVICIOS

Están a disposición de los alumnos todas las estructuras y todos los equipamientos de la sede de Barcelona: media point, WI-FI, biblioteca, talleres de maquetación, laboratorios informáticos de PC y MAC, cafetería. Además, con la tarjeta estudiante, se puede beneficiar de una serie de descuentos en centros concertados.

### ALOJAMIENTO

El IED ofrece un servicio de soporte para buscar residencias de estudiantes o habitaciones en alquiler