



Escaparatismo en tiendas de ocio y regalos



Área: MARKETING Y VENTAS

Modalidad: Teleformación

Duración: 30 h

Precio: Consultar

[Curso Bonificable](#)

[Contactar](#)

[Recomendar](#)

[Matricularme](#)

OBJETIVOS

La elaboración del presente curso se basa en la profunda experiencia de profesionales del sector con amplia experiencia, así como en el conocimiento que poseen de las necesidades de los alumnos. En su diseño también han participado expertos del sector de la formación por lo que se incorpora al presente curso un método motivante que garantiza el éxito de la formación impartida aplicando técnicas eminentemente prácticas. Se estructura distribuyendo sus contenidos en capítulos, temas y apartados, además de contener un importante número de aplicaciones prácticas y cuestiones.

CONTENIDOS

1 Principios básicos del escaparatismo - 1.1 Introducción - 1.2 Aspectos generales en la elaboración de un escaparate - 1.3 Principios básicos en el montaje de un escaparate - 1.4 Características fundamentales que debe reunir un escaparate - 1.5 Principios de composición - 1.6 Ejercicio de reflexión - 1.7 Cuestionario: Principios básicos de escaparatismo - 2 Objetivos Comerciales del Escaparate - 2.1 Introducción - 2.2 Misión del escaparate - 2.3 Finalidad del escaparate - 2.4 Ejercicio de reflexión - 2.5 Cuestionario: Objetivos comerciales del escaparate - 3 Historia del Escaparatismo - 3.1 Definición y clasificación de necesidad - 3.2 Orígenes - 3.3 El pasado del escaparatismo - 3.4 El presente del escaparatismo - 3.5 Cuestionario: Historia del escaparatismo - 4 La percepción sensitiva - 4.1 El modelo de la comunicación - 4.2 Mensaje que debe transmitir el escaparate - 4.3 El principio del umbral de percepción diferencial - 4.4 El proceso de percepción - 4.5 Introducción a la percepción sensitiva - 4.6 Cómo captar la atención - 4.7 Ejercicio de reflexión - 4.8 Cuestionario: La percepción sensitiva - 5 Principios básicos de la comunicación en el punto de venta - 5.1 Principios básicos de la comunicación en el punto de venta - 5.2 Situación dinámica y estática del cliente - 5.3 Publicidad en el lugar de venta - 5.4 Puntos fríos y calientes - 5.5 Distribución de la mercancía - 5.6 Cuestionario: Principios básicos de la comunicación en el punto de venta - 6 Comunicación y escaparatismo - 6.1 Definición de escaparate - 6.2 Definición de escaparatista - 6.3 Principios de percepción visual en escaparatismo - 6.4 Ejercicio de reflexión - 6.5 Cuestionario: Comunicación y escaparatismo - 7 Elementos que intervienen en la animación de un escaparate - 7.1 Elementos de ambientación - 7.2 Revestimientos - 7.3 Soportes - 7.4 Perchas y exhibidores - 7.5 Maniqués, módulos, banderas y fondos - 7.6 Displays - 7.7 Fantasías, demos y platós - 7.8 Señalizadores, captadores y cartelerías - 7.9 Ejercicio de reflexión - 7.10 Cuestionario: Elementos que intervienen en la animación de un escaparate - 8 Rotulación y serigrafía - 8.1 Rotulación y serigrafía - 8.2 La rotulación como imagen - 8.3 Sistemas para rotular - 8.4 Características y técnicas de la rotulación - 8.5 Etiquetas - 8.6 Anagramas y logotipos - 8.7 Ejercicio de reflexión - 8.8 Cuestionario: Rotulación y serigrafía - 9 Localización exterior - 9.1 La fachada - 9.2 El toldo - 9.3 La marquesina - 9.4 El nombre del establecimiento - 9.5 La acera como elemento publicitario - 9.6 El hall de la tienda - 9.7 El cierre y la puerta - 9.8 Ejercicio de reflexión - 9.9 Cuestionario: Localización exterior - 10 Adecuación de la imagen del escaparate - 10.1 Fases de análisis - 10.2 Ámbito de influencia y público objetivo - 10.3 Escaparatismo y competencia - 10.4 Escaparatismo y segmentación del público objetivo - 10.5 Ejercicio de reflexión - 10.6 Cuestionario: Adecuación de la imagen del escaparate - 11 Escaparatismo - presupuesto y programación - 11.1 Introducción - 11.2 Partidas presupuestarias - 11.3 Métodos para presupuestar - 11.4 Programa de exposición de productos - 11.5 Ejercicio de reflexión - 11.6 Cuestionario: Escaparatismo, presupuesto y programación - 12 Principios básicos para el diseño y montaje de un escaparate - 12.1 Líneas, volúmenes y superficies - 12.2 Planificación - La idea - 12.3 Planificación - El dibujo y el plano - 12.4 Planificación - Montaje y decorado - 12.5 Objetivos funcionales del montaje de un escaparate - 12.6 Principios de utilización y reutilización - 12.7 Principios de montaje del escaparate - 12.8 Medios - Elementos estructurales y herramientas de trabajo - 12.9 Medios - Elementos de fijación - 12.10 Medios - Pinturas - 12.11 Medios - Ceras, betún, colas y telas - 12.12 Cronograma del escaparate I - 12.13 Cronograma del escaparate II - 12.14 Ejercicio de reflexión - 12.15 Cuestionario: Principios básicos para el diseño y montaje de un escaparate - 13 Ratios de control y stands - 13.1 Ratios de control



- 13.2 Indicadores de atracción, convicción y efectividad - 13.3 Técnicas para elaborar ratios de control - 13.4 El stand - 13.5 Ejercicio de reflexión - 13.6 Cuestionario: Ratios de control y stands - 14 El color - 14.1 Introducción al color - 14.2 La percepción del color - 14.3 Cualidades del color - 14.4 Clasificación de los colores - 14.5 Armonía y contraste - 14.6 La psicología del color - 14.7 Criterios de selección de colores - 14.8 Ejercicio de reflexión - 14.9 Cuestionario: El color - 15 La iluminación - 15.1 La iluminación - 15.2 Lámparas, sistemas y accesorios de iluminación - 15.3 Aplicación de luz a un local - 15.4 Sombras y color - 15.5 Ejercicio de reflexión - 15.6 Cuestionario: La iluminación - 16 Tipos de clasificaciones - 16.1 Escaparates según su ubicación - 16.2 Escaparates según su estructura - 16.3 Escaparates según su presentación - 16.4 Escaparates según su función - 16.5 Escaparates según su producto - 16.6 Escaparates según su género - 16.7 Ejercicio de reflexión - 16.8 Cuestionario: Tipos de clasificaciones - 17 El escaparate en tiendas de ocio y regalos - 17.1 El escaparate en las tiendas de deportes - 17.2 El escaparate en las tiendas de juguetes - 17.3 El escaparate en librerías - 17.4 El escaparate en floristerías - 17.5 El escaparate en perfumerías - 17.6 Ejercicio de reflexión - 17.7 Cuestionario: El escaparate en tiendas de ocio y regalos - 17.8 Cuestionario: Cuestionario final -

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.