



PROGRAMA FORMATIVO

Anima y haz atractivo tu punto de venta. Merchandising y escaparatismo

Abril 2022

IDENTIFICACIÓN DE LA ESPECIALIDAD Y PARÁMETROS DEL CONTEXTO FORMATIVO

Denominación de la especialidad:	ANIMA Y HAZ ATRACTIVO TU PUNTO DE VENTA. MERCHANDISING Y ESCAPARATISMO
Familia Profesional:	COMERCIO Y MARKETING
Área profesional:	MARKETING Y RELACIONES PUBLICAS
Código:	COMM22
Nivel de cualificación profesional:	2

Objetivo general

Diseñar estrategias de merchandising visual y del escaparatismo estratégico para optimizar y mejorar las ventas de producto.

Relación de módulos de formación

Módulo 1	Anima y haz atractivo tu punto de venta. Merchandising y escaparatismo	24 horas
-----------------	--	----------

Modalidades de impartición

Presencial

Duración de la formación:

Duración total: 24 horas

Requisitos de acceso del alumnado

No se exige ningún requisito para acceder a la formación, aunque se han de poseer las habilidades de comunicación lingüísticas suficientes que permitan cursar con aprovechamiento la formación.

Prescripciones de formadores y tutores

Acreditación requerida	Cumplir como mínimo alguno de los siguientes requisitos: - Formación profesional de grado medio o superior y/o equivalente. - Certificado de Profesionalidad de Docencia de la Formación Profesional para el Empleo o equivalente.
Experiencia profesional mínima requerida	No se requiere
Competencia docente	Se requiere un mínimo de 300 horas de experiencia como docente o estar en posesión del Certificado de Profesionalidad de Docencia de la Formación Profesional para el empleo o equivalente.

Requisitos mínimos de espacios, instalaciones y equipamientos

Espacios formativos	Superficie m ² para 15 participantes	Incremento Superficie/ participante (Máximo 30 participantes)
Aula polivalente	30 m ²	2 m ² / participante

Espacios formativos	Equipamiento
Aula polivalente	- Mesa y silla para el formador - Mesas y sillas para el alumnado - Material de aula - Pizarra - PC instalado en red con posibilidad de impresión de documentos, cañón con proyección e Internet para el formador

La superficie de los espacios e instalaciones estarán en función de su tipología y del número de participantes. Tendrán como mínimo los metros cuadrados que se indican para 15 participantes y el equipamiento suficiente para los mismos.

En el caso de que aumente el número de participantes, hasta un máximo de 30, la superficie de las aulas se incrementará proporcionalmente (según se indica en la tabla en lo relativo a m²/ participante) y el equipamiento estará en consonancia con dicho aumento.

No debe interpretarse que los diversos espacios formativos identificados deban diferenciarse necesariamente mediante cerramientos.

Las instalaciones y equipamientos deberán cumplir con la normativa industrial e higiénico-sanitaria correspondiente y responderán a medidas de accesibilidad y seguridad de los participantes.

En el caso de que la formación se dirija a personas con discapacidad se realizarán las adaptaciones y los ajustes razonables para asegurar su participación en condiciones de igualdad.

Ocupaciones y puestos de trabajo relacionados

- 5210 Jefes de sección de tiendas y almacenes
- 5220 Vendedores en tiendas y almacenes
- 5300 Comerciantes propietarios de tiendas

Requisitos oficiales de las entidades o centros de formación

Estar inscrito en el Registro de entidades de formación (Servicios Públicos de Empleo).

DESARROLLO MODULAR

MÓDULO DE FORMACIÓN 1: ANIMA Y HAZ ATRACTIVO TU PUNTO DE VENTA. MERCHANDISING Y ESCAPARATISMO

OBJETIVO

Diseñar estrategias de Merchandising visual y del Escaparatismo estratégico para optimizar y mejorar las ventas de producto.

DURACIÓN: 24 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos/ Capacidades cognitivas y prácticas

- Fundamentos del Visual merchandising estratégico.
 - Retail & Visual Merchandising:
 - Gestión y creación de visuals estratégicos.
 - Implantación y redistribución de espacios en función de las leyes del visual.
 - Ordenación y zonificación de las presentaciones visuales.
 - Familias de productos, productos complementarios y venta cruzada.
 - Nuevas culturas en visual merchandising y herramientas de venta visual.
 - Product placement en visual merchandising:
 - Nuevas tendencias en la implantación del artículo.
 - El producto como arte de calle.
 - Optimización del punto de venta: redistribución del producto en el mobiliario.
 - Product placement y la diversificación del producto.
 - Fashion placement: composiciones visuales en tienda:
 - El doblaje de ropa como estrategia de venta.
 - El Focus point como la reinterpretación del producto en el espacio.
 - Implantación y exposición de las prendas en el mobiliario.
 - Formas creativas: diseño versus arte.
- Adquisición de las claves del Escaparatismo estratégico.
 - Metodología y diseño en escaparatismo:
 - Escaparate y comunicación como factores de venta.
 - Leyes sintácticas del lenguaje visual y estético.
 - Diseño y clasificación de escaparates en función de las distintas tipologías.
 - El escaparate como difusor de tendencias.
 - Fusión entre el mundo del arte y de la venta.
 - Nuevas tendencias: escaparates interactivos.
 - AINDAS: Proceso de decisión del consumidor.
 - Timming en el desarrollo de un proyecto de escaparatismo.
 - Técnicas de venta de life marketing.
 - Dirección y creación artística de escaparates:
 - La idea, el diseño y la implantación.
 - El proceso de realización de un escaparate.
 - Técnicas y estrategias de montaje.
 - Product Placement en escaparates:
 - Técnicas expositivas en función del target y la marca.
 - La vida urbana del producto.
 - Presentación eficaz en función del producto.
 - La composición de las diferentes líneas de producto: calzado, menaje, perfumería, joyería, óptica, farmacia, entre otros.
 - Moda y arte en maniqués:
 - Tipologías de maniqués, bustos y otros formatos.
 - El maniquí en el espacio: ubicación e interpretación.
 - Wiring, arrugas, plancha, alfileres y accesorios.

- Tendencias y estilismos innovadores.
- Materiales y el diálogo con el espacio.
 - Tipos de materiales y técnicas constructivas.
 - ECODISEÑO, la sostenibilidad en el escaparatismo.
 - Diseño y construcción de decoraciones expositivas y comerciales.
- Conocimiento de las estrategias del Trade marketing e implantación de espacios comerciales.
 - Implantación de marca y merchandising estratégico:
 - Implantación de marcas propias o franquiciadas.
 - La función del visual merchandiser en el trade marketing.
 - Comunicación estratégica aplicada.
 - Pop up Stores: tiendas de guerrilla:
 - Cómo y cuándo crear una Pop up Store.
 - La manipulación del espacio.
 - La importancia de la difusión en los medios.
 - Marcas y diseñadores como clientes potenciales.
 - Luz, concepto y forma:
 - Sistemas y métodos de iluminación y fuentes de luz.
 - La influencia de la luz en función del tipo de producto.
 - La importancia de la iluminación en los espacios comerciales.
 - Proyectos lumínicos a través de ejemplos.

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Diseñar e intervenir en la imagen de marca de tiendas, stands, pop up stores, tiendas insignia, corners, etc.
- Lograr proyectos creativos e innovadores que diferencien la marca de su competencia y la posicionen en el mercado.
- Identificar y conocer a los clientes, el target y las marcas para la que se trabaja para poder realizar proyectos de éxito.
- Interpretar la luz, el color, las formas, los volúmenes y todos aquellos aspectos relacionados con el diseño.
- Conocer materiales, técnicas y estrategias para la construcción de escaparates de distintas tipologías y productos.
- Elaborar proyectos de implantación en el establecimiento comercial: distribuir, ambientar y organizar espacios y productos.

EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE EN LA ACCIÓN FORMATIVA

- La evaluación tendrá un carácter teórico-práctico y se realizará de forma sistemática y continua, durante el desarrollo de cada módulo y al final del curso.
- Puede incluir una evaluación inicial de carácter diagnóstico para detectar el nivel de partida del alumnado.
- La evaluación se llevará a cabo mediante los métodos e instrumentos más adecuados para comprobar los distintos resultados de aprendizaje, y que garanticen la fiabilidad y validez de la misma.
- Cada instrumento de evaluación se acompañará de su correspondiente sistema de corrección y puntuación en el que se explicita, de forma clara e inequívoca, los criterios de medida para evaluar los resultados alcanzados por los participantes.
- La puntuación final alcanzada se expresará en términos de Apto/ No Apto.