

14ª edición

MODA Y VISUAL MERCHANDISING

Programa de Formación Continua
Nivel Introductorio

Créditos formativos: 15

La planificación didáctica de todos los cursos IED Máster se basa en los criterios que marca el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES). IED Máster adopta un sistema de créditos que sigue la estructura de los European Credit Transfer System (ECTS).
IED Máster expide exclusivamente títulos privados propios.

Idioma: español

Para los estudiantes cuya lengua materna no sea la española, se requiere un nivel B2, o equivalente, de conocimiento de la lengua.

También se requiere un conocimiento básico de la lengua inglesa, ya que cabe la posibilidad de distribuir material didáctico o recomendar actividades extras en inglés. Algunas clases y/o conferencias pueden ser impartidas en inglés por invitados internacionales.

Calendario: 9 de noviembre 2017 al 15 de marzo 2018

Inauguración curso: 9 y 10 de noviembre

Inicio clases lectivas: 13 de noviembre

Finalización clases lectivas: 28 de febrero

Período de entregas y presentación de proyectos finales: del 5 al 13 de marzo

Entrega de diplomas: 15 de marzo

Horario: Lunes y miércoles, de 18:30 a 22:40

Algunas de las actividades complementarias podrían organizarse fuera del horario de clase, a acordar previamente con los estudiantes.

Introducción

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.

Objetivos

El curso quiere 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 trata los principios fundamentales de las estrategias del marketing y su aplicación, las pautas del “fashion marketing” y la figura del product manager.

Junto a todo lo anterior, el presente curso pretende ofrecer al alumnado la posibilidad de recibir la formación necesaria para poder iniciar su propio proyecto empresarial dentro del sector de la moda. Con esto, su objetivo es favorecer la figura del profesional que, procedente del mundo del diseño, desee aventurarse en el proyecto de gestión de un punto de venta. Igualmente, los profesionales procedentes del mundo del marketing, obtendrán la formación que complementa su perfil para encaminarse hacia el objetivo anteriormente descrito. El direccionamiento hacia la potenciación de la figura del emprendedor (diseñador/gestor) vendrá en todo momento filtrada por las exigencias contemporáneas en términos de sostenibilidad, no sólo ambiental sino económica y social. En este punto, se tratará un tema de actualidad como es el hecho de poner de manifiesto las conexiones necesarias entre el mundo de la moda y la ética propiamente dicha.

Metodología

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; paralelamente, se desarrolla la parte práctica en la que se desarrollará un caso de estudio donde los alumnos aplicarán los conocimientos que vayan adquiriendo:

- > Cómo vestir un maniquí y su colocación añadiendo elementos decorativos relacionado con un concepto concreto
- > Prácticas sobre el fashion placement para entender la metodología de la colocación de las prendas en los diferentes soportes,
- > Ejercicio de proyecto y realización de un escaparate de gran formato con la selección de los materiales y la construcción del mismo en grupo.
- > Ejercicio de proyecto y realización de un escaparate de pequeño formato de forma individual
- > Proyecto final con la participación a un evento.

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

Dirigido a

El curso está dirigido a diferentes perfiles complementarios:

- interesados que tengan estudios de moda y marketing o experiencia laboral en el campo de la moda, en tiendas o afines.
- profesionales formados dentro del ámbito del diseño industrial, la arquitectura o el interiorismo que deseen direccionar su actividad profesional al mundo del visual merchandising y el retail en moda.
- emprendedores que estén pensando en iniciar su propio negocio de moda, que encontrarán en este curso la formación necesaria para arrancar su aventura empresarial sobre una buena base práctico-teórica.

Salidas Profesionales

El presente curso está especialmente orientado a aquellas personas que, además de su interés por el mundo del retail y el visual merchandising en términos de diseño, tengan la voluntad de iniciar un proyecto empresarial individual o colectivo dentro del sector de la moda. De esta manera, las salidas profesionales para el alumnado van desde formar parte activa dentro de un equipo de gestión de visual merchandising a la coordinación de un espacio de venta propio.

Programa

ÁREA CULTURAL

Con un carácter humanístico introduce al alumno en los factores culturales y sociales relacionados con la comunicación. Por ello, dentro del área nos aproximaremos al sistema de la moda y a la historia.

HISTORIA DE LA MODA DEL SIGLO XX

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”, siluetas, volúmenes, tejidos, materiales, colores y prendas que marcaron cada etapa característicos que triunfaron considerando el entorno social que los propició.

MARKETING DE MODA

Introducción a los conocimientos básicos del Marketing como metodología para captar, retener y fidelizar a los clientes a través de la satisfacción de sus necesidades.

Trade Marketing como herramienta para impulsar y acelerar las ventas mediante el merchandising y la comunicación del producto.

BRAND Y COMUNICACIÓN DE LA MARCA

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.

Gestión y explotación de 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.

PROYECTO EMPRESARIAL

Un análisis de las claves del éxito para el start up una pequeña-mediana empresa, a partir de experiencias directas y ejemplos reales.

ÁREA TÉCNICA

Proporciona al alumno los conocimientos específicos de la profesión.

VISUAL MERCHANDISING

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.

Estudio de los elementos adoptados para la realización de un proyecto de tienda. Visual merchandising estratégico y de gestión, historia del VM, escaparatismo. Manual del visual. Distribución de planta y del producto. Diseño y realización de un escaparate. Tendencias en retail.

MANIQUIES

Vestir, perfilar, peinar y complementar un maniquí requiere conocimientos de estilismo en moda. Es necesario trabajar la idea del estilista para dar personalidad a un maniquí realista. Para este trabajo, se darán las pautas a seguir para la búsqueda y adquisición de las prendas adecuadas para el look elegido y así aprender a vestir y complementar el maniquí.

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.

MATERIALES EN ESCAPARATES

Dar a conocer al alumno las infinitas posibilidades sobre la búsqueda y elección de materiales para decorar y construir un escaparate. Manipular y transformar los materiales, diseñar y montar un escaparate de gran formato.

Se realizará un escaparate como ejercicio. Ver coste de materiales*

FASHION PLACEMENT

Dotar al alumno de los conocimientos necesarios para la implantación de colecciones en el punto de venta.

Analizar un proyecto de implantación desde el análisis de la tipología de la empresa y objetivos de la misma.

Utilizar el mejor formato para presentar las prendas y colecciones.

El alumno obtendrá los conocimientos básicos necesarios para desarrollar y ejecutar un proyecto de implantación de colecciones en el punto de venta para todo tipo de negocio y target.

POP UP STORES

Dotar al alumno de los conocimientos necesarios para proyectar y ejecutar un Pop Up Store Fashion. Utilizar el mejor formato y presentación adecuado a este tipo de acciones.

El alumno obtendrá los conocimientos básicos necesarios para desarrollar y ejecutar una Pop Up Store Fashion adecuada a todo tipo de cliente.

Desarrollando los tres puntos clave: análisis, ejecución y la implantación de un proyecto Pop Up Store.

MANIQUÍES Y BUSTOS. TIPOLOGÍAS Y USOS

Con este masterclass el alumno adquiere los criterios necesarios para hacer la selección adecuada de maniqués y bustos como elemento fundamental dentro de la imagen de escaparate e interior de tienda, con el fin de exponer de forma óptima las prendas de cada empresa y potenciar las ventas. Asimismo distinguirán los elementos que distinguen unos maniqués de otros en términos de inversión a corto y largo plazo.

ÁREA PROYECTUAL

Durante el curso y bajo la supervisión del profesorado se llevarán a cabo diversos proyectos prácticos de identidad de marca en el que los alumnos podrán en práctica tanto los conocimientos adquiridos como su creatividad.

Dada la voluntad del curso de ofrecer una visión completa de todo el proceso de proyecto de un punto de venta, se tratarán temas de índole técnico-logística tales como el modo en el que se gestionan tiempos y recursos.

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

LISTA DE MATERIAL NECESARIOS Y GASTOS

Maletín de Herramientas

- GRAPADORA DE MANO Y GRAPAS
- ALICATES DE CORTE Y DE SACAR
- TIJERAS
- ALFILERES DE HIERRO
- ALFILERES DE ACERO
- PRECINTO TRANSPARENTE
- CUTER
- BARRENA
- ALAMBRE GALVANIZADO 0.08 MM
- PISTOLA Y BARRAS DE SILICONA
- MARTILLO
- CINTA METRICA 5M. MINIMO
- DESTORNILLADOR DE ESTRELLA Y PLANO
- CLAVOS PEQUEÑOS
- HEMBRILLAS CERRADAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS

EL COSTE APROX DE ESTAS HERRAMIENTAS ES DE 90 €

La compra de los materiales del maletín no es obligatoria pero se aconseja para el buen funcionamiento de las clases y para que el alumno pueda practicar fuera del horario lectivo. Se puede comprar en grupo.

*Para el proyecto del escaparate el coste máximo del material para realizar este ejercicio será de unos 100 euros por grupo (es un proyecto que se realiza en grupos de 2/3 alumnos en relación al número total de alumnos matriculados en el curso).

Coordinador del curso

Cada Programa de Formación Continua cuenta con el asesoramiento de un especialista en el tema, que tiene un rol activo en el desarrollo del plan de estudios y los contenidos del curso en colaboración con el departamento de didáctica de Formación avanzada.

El coordinador apoya también la incorporación de docentes específicos del sector, así como la relación con las empresas e instituciones del área de conocimiento del curso.

BEATRICE VACCARO

Se especializa en Escaparatismo y Visual Merchandising, siguiendo varios máster en Italia y en España. Escaparatasta y Visual free-lance desde 2006, trabaja con muchas tipologías de empresas, desde el textil y la moda, pasando por la hostelería y el mueble, para empresas como Nike, Dedon o el Grupo Damm. Desde 2009 es docente de Escaparatismo y Visual Merchandising en diferentes escuelas de Barcelona. Escribe artículos en revistas sobre Escaparatismo y Visual.

Docentes

DAVID GOMEZ PRIETO

Colaborador como asistente en estilismo en las revistas de moda Vanidad y View. Visual Merchandiser de las tiendas Elena Miró y Carácter en Madrid y Barcelona. Diseñador, productor y realizador de los escaparates del centro de belleza de Germaine de Capuccini en Madrid.

Responsable de la decoración e iluminación artística del Ministerio de Asuntos Exteriores, Palacio de Santa Cruz (Madrid).

Colaborador como creativo en eventos para las agencias de comunicación Costuras Escénicas y Global Media & Sponsoring (ambas en Barcelona), y Zoom Creativos (Córdoba). Colaborador de la agencia de comunicación y márketing Idónia en la primera edición del Andorra Shopping Festival como asesor para la elaboración de escaparates. Ha trabajado durante 14 años en distintas marcas del grupo Inditex como responsable de escaparatismo, así como de la selección y formación de personal del departamento de escaparates en el sur de España, Portugal, Italia y México, y ha sido estilista de las tiendas imagen de Lisboa, Sevilla y Milán (Flagman Stores).

ANNA SABATER CASAS

Consultora estratégica de producto moda. Licenciada en Ciencias Empresariales (UAB), DAF de Marketing (ESADE), Diseño de moda (IDEP), Diseño de tejidos (Central Sant Martins School of Art), Marketing Relacional (IESE), y Gestión de proyectos (IESE). Inicia su actividad profesional en la moda como integrante del equipo de diseño textil de Nicolas Bosch. Posteriormente desarrolla colecciones textiles para Michele Solbiati Sasil y Textil Dobert. En el año 2000 se incorpora en el equipo de Antonio Miro como directora de colecciones e inicia su colaboración y actividad docente en el IED Instituto Europeo di Design impartiendo clases de producto moda y tejidos y coordinando la didáctica de los cursos de Marketing y Comunicación de moda, tanto en Títulos Superiores como en Máster. En Abril 2005 funda su empresa de consultoría estratégica de producto moda It's about product. Actualmente asesora a empresas textiles y de confección y colabora con diferentes Universidades y organismos tanto en España como en Latinoamérica.

www.ltsaboutproduct.com

PILAR PASAMONTES

Licenciada en derecho, es Vicepresidenta del ModaFAD. Diseñadora de complementos e ideóloga de las tiendas "efectos especiales". Estilista moda, publicidad, cine y televisión. Experta en moda con sección mensual en revista Marie Claire. Consultora de moda para televisión y empresas.

MASSIMO BERTOLLO

Licenciado en Economía, es fundador de MB Strategic Consulting, agencia de consultoría especializada en Sales, Marketing & Product Management en el sector Design y Moda. Experiencia previa como Director Comercial y Marketing de reconocidas marcas del mundo del diseño y de la moda de gama alta, en las cuales ideó y realizó estrategias de Trade Marketing para comunicar el producto en el Retail.

MICHELA MEZZAVILLA

Arquitecta por el Instituto Universitario de Arquitectura de Venecia y diseñadora de iluminación APDI. Ha realizado proyectos de iluminación de diferente envergadura y enfoque, desde grandes encargos para arquitectos del calibre de Rogers Stirk Harbour + Partners y Jean Nouvel, hasta proyectos de recursos limitados y soluciones ingeniosas; desde instalaciones altamente tecnológicas como la Mediafaçade ATLL, hasta montajes artísticos low-tech, como Between Silence and Light, desde la gran escala del proyecto de iluminación urbano, hasta el diseño de producto o de gadgets luminosos. También tiene experiencia en el campo del diseño y la innovación, aplicado al diseño de producto, interacción y servicios. En la actualidad dirige el estudio reMM. Empeñada activamente en la promoción y difusión de la cultura de la luz a través de iniciativas culturales, artículos y ponencias, ha sido publicada en diferentes medios escritos. Sus trabajos han sido seleccionados en premios como los FAD y los premios LAMP de iluminación.

MAYA MCCARTHY

Diseñadora de colección mujer y repris de plana para Bershka-Inditex. Diseñadora de colección mujer plana y punto para Mioko, Chitton, Green Coast, etc. y colección hombre Martyr of Beauty. Colaboración con Lisa Lovatt-Smith para la sección de El País extra decoración. Realización del stand open space de MAEVA para la feria del libro en Madrid. Desfile en Caltagirone en Sicilia para el evento de jóvenes diseñadores y posterior exposición en Oxo Tower Bridge en Londres.

MÓNICA IBAÑEZ

Técnico Superior en Escaparatismo y Visual Merchandiser. Cuenta con más de quince años en el sector del escaparatismo y Visual Merchandiser, ha trabajado para importantes firmas nacionales e internacionales: Coronel Tapiocca, System Action o Trucco, desarrollando la imagen de la marca y llevando a cabo proyectos de implantación de espacios comerciales. Actualmente es Escaparatista y Visual freelance, y colabora con la asociación de comerciantes de Granollers, Gran Centre, como dinamizadora de la imagen comercial y eventos.

ALBERT CASAÑÉ

Escultor con más de 20 años de experiencia. Estudió en la escuela Massana de Barcelona y es creador de las decoraciones de los escaparates de Hermés España y Nespresso entre otras, y varias escenografías y obras para centros comerciales. Durante su trayectoria profesional ha obtenido varios premios y ha expuesto sus obras en exposiciones tanto a nivel nacional como internacional.

MONTSERRAT SERRANO

Country Manager de HANS BOODT MANNEQUINS. Anteriormente Business Development Manager en NOA VISUAL GROUP durante 3 años y Directora de Grandes Cuentas y Responsable de Exportación en MARCELO VILÁ SA durante 13 años, todas ellas empresas de desarrollo y fabricación de maniqués y torsos para tiendas. Ha desarrollado proyectos de creación y personalización de maniqués para grandes cadenas y empresas principales en el ámbito internacional del retail en moda, como Springfield, Women Secret, Salsa, Galeries Lafayette, Stradivarius, Laura Ashley, Brown Thomas, Le Bon Marché, Monoprix, Vetimarché, entre otros. Formación en Escaparatismo y visual merchandising en Artidi, escuela de Escaparatismo.

MARIUS SALA

Desde 1989 trabaja en varios estudios y agencias de Barcelona hasta que en el 2001 establece su propio estudio gráfico emeyele®, junto con Laura Armet. Actualmente el trabajo del estudio se centra en las áreas de branding, diseño editorial, proyectos web y creación de identidades culturales. (www.emeyele.om)

Posteriormente también crea, en el 2012, Knock Brand Design junto a sus otros dos socios Juanra Alfaro y José Luís Molina especializándose en las áreas de branding, retail, comunicación corporativa y data visualization. (www.knock.ws)