

11ª edición

MODA Y VISUAL MERCHANDISING

Summer Courses 2018

Nivel Introductorio

Fechas	Del 2 al 27 de julio de 2018
Horario	De lunes a viernes, de 9.30 a 14.30h
Idioma	Español

Estructura

2 julio: Acto de inauguración e inicio de clases
27 julio: Entrega de diplomas

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

Introducción

La finalidad del *Visual Merchandising* y el Escaparatismo es aumentar la atracción de los consumidores hacia el punto de venta, estimular al cliente a comprar e impulsar el deseo de regresar a través de acciones de comunicación persuasivas. Tienen un lenguaje y código propio que están en constante transformación para adecuarse a los cambios de los consumidores y del mercado.

El curso de verano en Moda y Visual Merchandising tiene como cometido mostrar las últimas tendencias europeas e internacionales del sector para preparar visual merchandiser capaces de adaptarse a diferentes mercados.

Objetivos

Dotar a los alumnos de conocimientos y habilidades para poder proyectar un “punto de venta” mediante las técnicas, formas de presentación, estudio del montaje y exposición del producto. En el curso también se tratan los principios fundamentales de las estrategias del marketing, visual merchandising y escaparatismo.

Objetivos específicos:

- Aplicar la metodología proyectual del diseño a todos los aspectos del estudio, así como en los ejercicios o proyectos.
- Infundir la sensibilidad y el feeling necesarios para crear de un espacio comercial de moda.
- Dotar al alumno de la formación técnica necesaria para poder proyectar correctamente un espacio de moda.

Metodología

El curso combina clases prácticas y teóricas de la mano de expertos del sector para adquirir los objetivos del programa. Se realizan también visitas relacionadas con los contenidos del curso dentro del horario del curso.

Los contenidos se completan con el desarrollo de un proyecto final que los alumnos presentan el último día de clase.

Competencias adquiridas

- Adquisición de una metodología de trabajo basada en los principios técnicos del Visual Merchandising y Escaparatismo y comprensión la importancia de la figura del Visual Merchandiser dentro del proceso de trabajo.
- Capacidad de trabajar el concepto marca.
- Saber crear un escaparate con el concepto Marca, desde el diseño del display hasta el perfilado y estilismo del maniquí.
- Conocimientos específicos de composición e iluminación y para generar impacto visual.
- Capacidad de innovar en los puntos de venta.

A quién va dirigido

Alumnos sin formación previa especificada y profesionales vinculados directa o indirectamente con el mundo de la moda y el *visual merchandising* que estén interesados en profundizar en este sector específico.

Requisitos previos

La admisión e inscripción a los Cursos de Verano se realiza mediante una plataforma de Admisiones Online a la que tu Advisor te dará acceso en el momento en el que desees formalizar tu inscripción.

Documentación necesaria:

- DNI (estudiantes españoles) o Pasaporte (estudiantes internacionales) escaneado
- Diploma de estudios escaneado (estudios mínimos de bachillerato)
- Carta de Motivación en el idioma del curso
- Curriculum Vitae en el idioma del curso, especificando nivel de idiomas y de herramientas informáticas
- Certificado de idioma: Para los cursos en inglés se requiere un nivel intermedio, correspondiente a un TOEFL de papel 550 o IELTS 6,5. Para los cursos en español se requiere un nivel B2. En caso de no tener ninguno de estos certificados, será necesario evaluar personalmente tu nivel a través de una entrevista presencial o por skype.

Programa

ÁREA TEÓRICA

Visual Merchandising

El curso pretende acercarse al mundo retail y conocer su situación actual a través del visual merchandising. Se analizan todas las actuaciones necesarias realizadas en el punto de venta para lograr una correcta implementación del merchandising, tanto en su disposición interna como externa. También se analizan las diferentes técnicas de animación utilizadas en el espacio comercial.

Historia de la moda: El maniquí

Desde el nacimiento del Prêt-à-porter, el maniquí ha ido evolucionando al ritmo que lo ha hecho la moda y las tendencias han ido moldeando y creando nuevos conceptos tanto en el vestir como en la exposición del producto.

En esta asignatura se conoce el maniquí, su historia y tendencia es imprescindible para saber que maniquí es el más indicado para cada producto.

Teoría de la composición

La composición es un principio transversal en buena parte de la experiencia artística y creativa. La teoría de la composición permitirá estudiar los diversos factores que intervienen en una composición, y como estos la definen y modifican. Se analizarán las estructuras compositivas básicas, así como su distribución y comportamiento en el espacio compositivo.

Brand y comunicación de marca: El concepto

El concepto es quizás la piedra angular de un buen escaparate, debiendo responder a cuestiones de tendencia, de estilo y de marca. Es el paso previo en el diseño, el motor que pone en marcha toda la creación del escaparate.

En esta asignatura se analizan las grandes marcas para entender el momento actual del escaparatismo y se revisan propuestas tanto de instalaciones artísticas como de escaparates artísticos.

Marketing de moda: Street marketing

El Street Marketing, también llamado marketing de guerrilla, recoge todas aquellas acciones innovadoras y creativas de publicidad y promoción que se realizan en la calle y en las que la empresa anunciante realiza una interpretación, actuación o show con la intención de crear un gran impacto sobre el consumidor a con un bajo coste.

El espacio expositivo: Seducir al cliente

El Escaparate es la imagen de la Marca, el trato y uso que se le dé, es lo que percibe el cliente. En los pocos segundos que tiene un viandante para observar un escaparate, hay que lograr su atención para que entre.

En esta asignatura se adquieren las distintas formas de promocionar el producto dentro del escaparate, utilizando los mecanismos necesarios para rentabilizar el espacio expositivo, características, tipología y necesidades de estos.

Pop-up store

Una pop-up store no es sólo una tienda, es un espectáculo y una manera de hacer algo especial y extravagante que no se podría hacer en un establecimiento convencional. Se trata de tiendas donde el espacio deja de ser fijo para convertirse en itinerante y temporal para ofrecer, casi siempre, una experiencia irrepetible.

Arquitectura Comercial: Retail indoor/outdoor

Esta asignatura es una revisión de la coherencia formal y conceptual entre el “fuera” y el “dentro” en el mundo del retail. Un análisis y exploración de diferentes tiendas permite descubrir como las grandes marcas solucionan sus espacios comerciales y expositivos.

Iluminación / Rotulación exterior

La rotulación exterior, junto con el escaparate, es parte de la “primera impresión” que se recoge en un espacio retail.

En esta asignatura se realiza un breve análisis de los tipos de iluminación observando el tema desde el aspecto conceptual y se hace un recorrido por las diferentes propuestas de rotulación, atendiendo siempre a la coherencia formal y conceptual.

ÁREA PRÁCTICA

Durante el curso y bajo la supervisión del profesorado se lleva a cabo un proyecto práctico de escaparatismo en el que se diseña y realiza el display adecuado para una colección inspirada en las tendencias de moda Primavera-Verano 2018. Trabajamos con maniqués realistas creando looks, vistiendo y perfilando el maniquí.

El alumno puede, de esta forma, demostrar sus habilidades y conocimientos adquiridos en el curso.

Tendencia y moda

Análisis de los desfiles de moda para conocer las propuestas de diseñadores y marcas para poder crear tendencia dentro del escaparate.

El maniquí como reclamo para realzar el producto

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 dan 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.

Display

La decoración de un escaparate suele ser efímera, creada y producida para estar un corto espacio de tiempo.

En esta asignatura se analizan los materiales recomendables de uso para un escaparate.

Así mismo, en los talleres del centro, el alumno aprende a diseñar, realizar y producir un concepto de decoración pensado para una colección de moda.

Práctica Compositiva

Durante el estudio de la teoría de la composición se realizan toda una serie de ejercicios prácticos destinados a comprender, analizar y “aprender a observar” una composición, ya sea bidimensional o tridimensional.

Design Tour

La ciudad de Barcelona alberga una rica selección de escaparates exquisitos e interesantes. Una visita guiada por estos espacios de retail permite conocer el “modus operandi” de diferentes marcas y escaparatistas. Este recorrido proporciona la posibilidad de reconocer, interpretar y relacionar los elementos estudiados en Teoría de la Composición, y es una ocasión para explorar y debatir las diversas propuestas estéticas.

Coordinador del curso

Cada curso de verano 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 del Área Master. 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.

David G. Prieto

Visual Merchandiser para Elena Miró y Carácter en Madrid y Barcelona. Diseñador, productor y realizador de los escaparates del centro de belleza de Germaine de Capuccine en Madrid.

Colaborador en las editoriales de moda VANIDAD Y VIEW OF THE TIMES como asistente de estilismo. Responsable de la decoración e iluminación artística del Ministerio de Asuntos Exteriores, Palacio de Santa Cruz (Madrid). Colaborador en la primera edición del Andorra Shopping Festival 2013 y 2014 como asesor de escaparatismo.

Ha sido el director de imagen y creativo para los escaparates de Paramitas en Barcelona, Sevilla y Madrid de 2008 a 2010, 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 de Bershka en el sur de España, Portugal, Italia y México, y ha sido estilista de las tiendas imagen de Lisboa, Sevilla y Milán (Flagman Stores).

Equipo docente de la edición anterior

Claudio Astudillo

Especializado en Interiorismo Comercial y Elementos Punto de Venta. Dentro del marco del producto participa en proyectos decorativos y creativos para espacios promocionales y presentaciones de producto. Ha trabajado como visual merchandiser e el departamento de In-Store Marketing de Antonio Puig S.A. (Chile y Barcelona). Ha colaborado con marcas de primera línea como: Prada, Paco Rabanne, Codorniu, Comme des Garçons, Marc Jacobs, Roberto Cavalli, Calvin Klein, Balenciaga, Agatha Ruiz de la Prada, Chloe, Antonio Banderas y Shakira.

Ha sido profesor de visual merchandiser en varias escuelas de Barcelona.

Javier Casado

Diseñador de la línea jeans de Mango, ha formado parte del equipo de diseño de Katherine Hamnett London. Diseñador de la línea U de Adolfo Domínguez y director creativo de Caroché.

Albert Casañé

Artista en diferentes disciplinas, mostrando sus obras en exposiciones nacionales (Madrid, Barcelona, Girona, Ávila, Murcia) e internacionales (Portugal, USA, Alemania, Finlandia, Italia, Suiza, Corea del Sur, Holanda), y obteniendo numerosos premios de escultura. Creador de los escaparates de HERMÉS España (2003-2014). Diseñador y realizador de los escaparates de Nespresso.

Montserrat Serrano

Country Manager de HANS BOODT MANNEQUINS en la actualidad, anteriormente Business Development Manager en NOA VISUAL GROUP durante 3 años y Directora de Grandes Cuentas y Responsable de Exportación en MARCELO VILA durante 13 años, todas ellas empresas de desarrollo y fabricación de maniqués y torsos para tiendas.

Chené Gómez

Artista y educador artístico, presidente de la Asociación Creart y profesor de “Retail Design” en varias escuelas de Barcelona. Ilustrador para OQO Editora. Coordinador el equipo de escaparatistas de Andorra Shopping Festival. Ha recibido en España, numerosos premios y reconocimientos por su trabajo artístico y ha colaborado en diferentes proyectos de diseño en Florencia, Turín y Trieste. Su trabajo artístico ha sido mostrado en Washington, San Francisco, Florencia, Jerusalén, Ramallah, Belén, Barcelona, Málaga, Jaén, Córdoba y Granada.

Desde hace años trabaja en la didáctica del arte y en proyectos sociales a través del arte (Rumanía, India, Tailandia, Senegal y Palestina). Ha participado en encuentros internacionales como el II Fórum Internacional de la Paz en Lugano, Suiza; el IV Encuentro Internacional de Arte y Paz de Gernika; o la Acción Común El arte como transformación social, en Taroudant, Marruecos.

Mónica Ibáñez

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.

La Dirección del Istituto Europeo di 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.