

MERCHANDISING VISUAL

Curso

Cra. Gisela Wuler**▪ Objetivo**

Tiene como objetivo analizar la importancia que presenta la promoción y exhibición de los productos en los establecimientos.

▪ Destinado a

Todo aquel empresario o estudiante de la carrera de Administración de Empresas que desee incursionar en la relación producto - espacio físico - cliente.

▪ Requisitos

No es necesario requisito alguno.

Cantidad de horas: 10 horas, durante 5 clases

▪ Temario**Unidad I. El merchandising visual**

- Concepto
- Ubicación en un organigrama.
- Presentaciones visuales eficaces.
- Análisis de casos.

Unidad II. Planeamiento y desarrollo

- Funciones del departamento de merchandising visual.
- Análisis de casos.

Unidad III. Diseño de las instalaciones

- Análisis del espacio físico.
- Espacio exterior: las fachadas, los exhibidores.
- Espacio interior: los exhibidores.
- Análisis de casos.

Unidad IV. Concepto de diseño en el merchandising visual

- Equilibrio, tamaño y color, proporción.
- La iluminación.
- Análisis de casos.

Unidad V. La publicidad como aplicación

- Tipos de publicidad.
- Análisis de casos.

Unidad VI. El punto de compra

- Identificación del producto en el punto de compra.
- Selección del producto.
- Preparación del espacio.
- Análisis de casos.

SE ENTREGARÁ MATERIAL TEÓRICO-PRÁCTICO

Informes e Inscripción:

Bartolomé Mitre 1225

Lunes a Viernes, de 10:00 a 19:00 hs.

TEL: 4371-2972

