

CURSO PRESENCIAL

**TOULOUSE  
LAUTREC**  
By VISIVA

# ESCAPARATISMO

4 MESES **CURSO PRESENCIAL**

EDUCACIÓN CONTINUA





## **SOBRE EL CURSO**

Diseña escaparates creativos y estratégicos que comuniquen la identidad de marca, sigan tendencias y potencien la experiencia del cliente en el entorno retail.



### **DURACIÓN**

4 meses.



### **MODALIDAD**

Presencial.



### **CERTIFICACIÓN**

Al finalizar satisfactoriamente el curso, obtendrás un diploma en Escaparatismo a nombre de Toulouse Lautrec.



### **DIRIGIDO A**

- Arquitectos, arquitectos de interiores, diseñadores de interiores, decoradores, diseñadores gráficos, publicistas y marketeros.
- Personal del área de visual y comercial.
- Emprendedores.

## Análisis de la marca

**Evolución de los escaparates y ADN de la marca**

- La historia del escaparate y su importancia en el mundo del retail.
- ADN de la marca, producto y cliente (target).
- La etapa conceptual, fundamentada en el análisis de los elementos que rigen la comunicación de la marca.
- La psicología del consumidor: el impacto que tiene en el punto de venta y la conexión que crean con el cliente.
- Experiencias tangibles que despierten los sentidos del consumidor y que les produzca afinidad con la marca.

4

**El poder de la percepción**

- Importancia de la experiencia de marca: brand book – brief, benchmark, brainstorming, influencias, moodboard, visual board y storytelling.
- Cómo la narrativa debe ir alineada a la marca, reflejando su esencia y personalidad.

4

## Técnicas de diseño de escaparate

**Expresión visual en el espacio**

- Los distintos tipos de escaparates y espacios, profundidad y proporción.
- Trabajo de estrategias de forma teórica sobre las leyes de Gestalt y su uso en los escaparates.
- Colores primarios, secundarios y terciarios de los colores pigmento CMYK.
- Colores complementarios y armonías de color, para utilización en escaparates.
- Psicología del color.

5

**Composición en escaparatismo**

- Uso creativo de elementos visuales. Cómo seleccionar los productos para la presentación, con un lineamiento.
- Tipos de campañas (lanzamiento, estacional, promoción, etc.).
- Tipo de mobiliarios, props y elementos de soporte que resaltan la ubicación del producto y variedad de materiales analizando sus propiedades.
- Punto focal, composición, balance, señalética y gráficas.
- Styling del maniquí.
- ¿Cómo elegir un maniquí para tu marca? Definición, tipos de posturas, material, ubicación, formas y accesorios.
- Estilismo del maniquí de acuerdo al target de la marca.
- Formas de exhibición del maniquí.

6

**Iluminación de impacto**

- El efecto de la iluminación en los escaparates y cómo nos permite crear ambientes, profundidades y destacar productos.
- Psicología perceptiva y alumbrado escénico.
- Temperatura de color, IRC, tipos de luminarias y conceptos lumínicos.

5

## Estrategia y nuevas tendencias

**Tendencias, tecnología y sostenibilidad**

- Nuevas tendencias y tecnologías en el escaparatismo.
- Realidad aumentada y virtual en escaparatismo.
- Experiencia interactiva.
- Sostenibilidad y escaparatismo verde.
- Responsabilidad social y ecológica de los productos.

4

**Planificación efectiva**

- Calendario para planificar las campañas.
- Indicadores claves (KPIs) para medir el impacto del escaparate (venta efectiva).
- Desarrollo de presupuesto y tiempo de ejecución.
- Presentación de un portafolio de trabajo.
- Casos de estudio.
- Proyecto final.

4



meidei

## TE ACOMPAÑAMOS EN TU RUTA DE APRENDIZAJE

### ¿QUÉ ES MEIDEI?

Un sistema digital de acompañamiento personalizado, que orienta al estudiante a resolver dudas de forma inmediata durante su programa de capacitación. Asimismo, el estudiante tendrá una guía permanente llamada Lucía y recibirá pistas o microcontenidos que mejorarán su experiencia de aprendizaje.

## ¿POR QUÉ ELEGIR TOULOUSE?



**+40 años** de trayectoria y prestigio académico.



**Contenido de calidad** y alta demanda.



**+30,000 alumnos** confiaron en nosotros.



**Especialistas** en creatividad.



- i) El inicio del programa está sujeto al cumplimiento del cupo mínimo de alumnos establecido por la institución.
- ii) La institución se reserva el derecho de realizar cambios en la malla, acorde a su proceso de mejora continua y actualización de contenidos.