

## DECORACIÓN Y ESCAPARATISMO

**Modalidad:** Teleformación

**Horas:** 30 Horas

### Objetivos Generales:

- Adquirir los conocimientos suficientes para dominar aquellos factores que intervienen en los procesos de comunicación visual y que de alguna forma pueden influir en las ventas de los distintos productos del establecimiento.

### Objetivos Específicos:

- Definir qué es decorar y conocer los distintos estilos decorativos, así como las nuevas tendencias del siglo XXI.
- Conocer cuál es la mejor forma de presentar un producto.
- Conocer cuáles son las estrategias más recomendadas del producto, teniendo en cuenta factores como el envase, el empaque, el embalaje, la etiqueta,...
- Definir la distribución más adecuada de un punto de venta, teniendo en cuenta factores como el recorrido que el cliente ha de realizar para su compra, donde es más adecuado colocar la caja, los espacios que se tienen para almacenaje, donde poner las zonas frías y calientes,...
- Definir como colocar la exposición de los productos y qué criterios seguir para que sean más visibles a los clientes.
- Valorar la importancia de la iluminación para un establecimiento comercial, definiendo la mejor forma de sacar partido a los recursos con los que cuenta el establecimiento en cuanto a luz artificial o luz natural, y teniendo en cuenta el resultado que se puede conseguir según otros aspectos de la decoración (materiales, texturas, distribución...).
- Distinguir entre los distintos tipos de lámparas y tipos de iluminación, definiendo sus características.
- Describir la teoría del color y conocer el lenguaje del color, para utilizar en la decoración aquellos tonos que se adecuen más a lo que se pretende conseguir.
- Definir la mejor forma de colocar el mobiliario, teniendo en cuenta el tipo de establecimiento (confección, deporte, alimentación, perfumerías, infantil,...).
- Describir las distintas formas de promoción y animación que se pueden llevar a cabo en un establecimiento.
- Definir qué es el merchandising y los tipos que hay.
- Valorar la importancia de una buena publicidad y las ventajas y desventajas de realizar publicidad exterior.
- Definir qué es un stand y sus tipos, así como el lugar donde se pueden utilizar.

## Contenidos:

### Unidad 1: ¿Qué es decorar?

Definición  
Historia de la decoración en nuestro país  
Distintos estilos decorativos  
Estilo rústico  
Estilo clásico  
Estilo moderno  
Tendencias decorativas del siglo XXI

### Unidad 2: Presentación y estrategias del producto

Cómo presentar el producto  
Estrategias

### Unidad 3: Organización del punto de venta

Distribución práctica  
Diferentes zonas del punto de venta: zonas de venta, de exposición, de circulación, de almacenaje y de caja  
Factores de localización en el espacio de venta

### Unidad 4: La iluminación en la decoración

La luz  
Luz artificial  
Luz natural  
El lenguaje de la luz  
La elección de lámparas  
La influencia de puertas y ventanas  
Los colores  
Superficies, texturas y materiales  
Telas y tapicerías  
La distribución de los muebles  
Iluminación de un local comercial

### Unidad 5: El color en la decoración

Definición del color  
La teoría del color  
El círculo cromático  
Formación de colores  
Combinación de colores  
El lenguaje del color

### Unidad 6: Mobiliario y elementos

Las estanterías y estantes  
El mostrador  
Diferentes tipos de establecimientos

Unidad 7: Promoción, merchandising y publicidad en el punto de venta

Promoción de ventas

Tipos de promociones

Merchandising

La publicidad

¿Cómo se evalúa el costo de la publicidad exterior?

Ventajas y desventajas de la publicidad exterior

Unidad 8: El stand

Definición de stand

Feria de muestras