



**TÍTULO:** Decoración y escaparatismo

**DURACIÓN:** 30 H

## ■ OBJETIVOS

- 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, dónde es más adecuado colocar la caja, los espacios que se tienen para almacenaje, dónde poner las zonas frías y calientes,...
- Definir cómo 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
  - 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
  - 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
  - *Merchandising* y tipos de *merchandising*
  - Publicidad en el lugar de ventas
- **Unidad 8: El stand**
  - Definición de stand
  - Feria de muestras