



INESEM

BUSINESS SCHOOL

Máster en Escaparatismo y Visual Merchandising: Retail Design + 5 Créditos ECTS

+ Información Gratis

titulación de formación continua bonificada expedida por el instituto europeo de estudios empresariales

Máster en Escaparatismo y Visual Merchandising: Retail Design + 5 Créditos ECTS

duración total: 1.500 horas **horas teleformación:** 450 horas

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

descripción

Este máster aporta los conocimientos requeridos para desenvolverse de forma profesional en el entorno de la moda y el diseño, un mundo que está en constante cambio y crecimiento y que por tanto requiere de profesionales que cuenten con conocimientos actualizados sobre las últimas tendencias aplicables al mundo de la moda, que sepan aplicar metodologías innovadoras como el Design Thinking, o que sepan desarrollar un plan de marketing. INESEM es la garantía de éxito de este proceso de adquisición de conocimientos y habilidades con el que obtendrás una especialización profesional en este ámbito.



+ Información Gratis

a quién va dirigido

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo que deseen adquirir o perfeccionar sus conocimientos técnicos en este área.

objetivos

- Conocer las herramientas manuales e informáticas del diseño de moda.
- Identificar las diferentes etapas en la historia de la moda.
- Aplicar una metodología Design Thinking.
- Saber ejecutar un plan de empresa en la dirección de proyectos de moda.
- Conocer en qué consiste el Marketing Retail.
- Diseñar una imagen de marca.
- Conocer las técnicas de composición del escaparatismo.

para qué te prepara

Este Master en Escaparatismo y Visual Merchandising: Retail Design te prepara para desenvolverte de manera profesional en el entorno de la moda, concepto imprescindible hoy en día para cualquier conocedor del marketing, el comercio, el diseño o el entorno empresarial, ya que las tendencias se actualizan constantemente. Con esta formación te especializarás en las técnicas propias del diseño de moda, la confección, el escaparatismo o la dirección de proyectos.

salidas laborales

Desarrolla tu carrera profesional en el ámbito de la moda y el diseño, en empresas, comercios, talleres de confección, centros de estética, estudios fotográficos... La moda ofrece trabajos como ilustrador, diseñador, fotógrafo, coolhunter, personal shopper, community manager, retail designer, organizador de eventos, redactor de artículos de moda, estilista, modelo...

titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de INESEM vía correo postal, la Titulación Oficial que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/máster, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Instituto Europeo de Estudios Empresariales).



INSTITUTO EUROPEO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES

como centro de Formación acreditado para la impartición a nivel nacional de formación
EXPIDE LA SIGUIENTE TITULACIÓN

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación INESEM en la convocatoria de XXXX
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX- XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en
Granada, a (día) de (mes) de (año)

La dirección General

MARIA MORENO HIDALGO

Firma del alumno/a

Sello

NOMBRE DEL ALUMNO/A



forma de bonificación

- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los seguros sociales que la empresa paga cada mes a la Seguridad Social.

metodología

El alumno comienza su andadura en INESEM a través del Campus Virtual. Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno debe avanzar a lo largo de las unidades didácticas del itinerario formativo, así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes. Al final del itinerario, el alumno se encontrará con el examen final, debiendo contestar correctamente un mínimo del 75% de las cuestiones planteadas para poder obtener el título.

Nuestro equipo docente y un tutor especializado harán un seguimiento exhaustivo, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

El alumno dispone de un espacio donde gestionar todos sus trámites administrativos, la Secretaría Virtual, y de un lugar de encuentro, Comunidad INESEM, donde fomentar su proceso de aprendizaje que enriquecerá su desarrollo profesional.

materiales didácticos

- Manual teórico 'Branding y Gestión de Marca'
- Manual teórico 'La Moda en la Historia'
- Manual teórico 'Evolución del Diseño de Moda'
- Manual teórico 'Técnicas del Diseño de Moda'
- Manual teórico 'Marketing de la Moda: Experto en Marketing Retail'
- Manual teórico 'Coolhunting'
- Manual teórico 'Montaje y Diseño de Escaparates'
- Manual teórico 'Dirección de Empresas de Moda'
- Manual teórico 'Design Thinking'



profesorado y servicio de tutorías

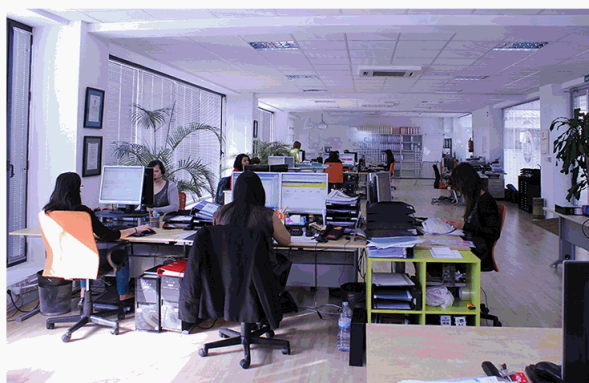
Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado "Guía del Alumno" entregado junto al resto de materiales de estudio. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional. Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail:** El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.

- **Por teléfono:** Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.

- **A través del Campus Virtual:** El alumno/a puede contactar y enviar sus consultas a través del mismo, pudiendo tener acceso a Secretaría, agilizando cualquier proceso administrativo así como disponer de toda su documentación



plazo de finalización

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario formativo con una fecha de inicio y una fecha de fin.

campus virtual online

especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de modalidad online, el campus virtual de ineseem ofrece contenidos multimedia de alta calidad y ejercicios interactivos.

comunidad

servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

revista digital

el alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

secretaría

Este sistema comunica al alumno directamente con nuestros asistentes, agilizando todo el proceso de matriculación, envío de documentación y solución de cualquier incidencia.

Además, a través de nuestro gestor documental, el alumno puede disponer de todos sus documentos, controlar las fechas de envío, finalización de sus acciones formativas y todo lo relacionado con la parte administrativa de sus cursos, teniendo la posibilidad de realizar un seguimiento personal de todos sus trámites con INESEM

programa formativo

MÓDULO 1. LA MODA EN LA HISTORIA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PREHISTORIA Y EDAD ANTIGUA

- 1.Prehistoria
- 2.Mesopotamia: sumerios, babilonios y asirios, persas y medos
- 3.Egipto
- 4.Creta: civilización minoica
- 5.Grecia
- 6.Etruria
- 7.Roma
- 8.Imperio Bizantino

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EDAD MEDIA Y RENACIMIENTO. BARROCO Y ROCOCÓ

- 1.Edad Media y Renacimiento
- 2.Barroco y Rococó

UNIDAD DIDÁCTICA 3. SIGLO XIX Y SIGLO XX

- 1.Siglo XIX
- 2.Introducción al siglo XX

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ICONOS DE LA MODA Y DISEÑADORES DEL SIGLO XX

- 1.Iconos de la moda del siglo XX
- 2.Diseñadores de Moda del Siglo XX

MÓDULO 2. EVOLUCIÓN DEL DISEÑO DE MODA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. HISTORIA DE LA MODA

- 1.Teoría de la moda
- 2.El diseñador y las tendencias
- 3.La moda internacional
- 4.La moda española
- 5.Revistas y prensa especializada

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA INDUMENTARIA Y SU REPERCUSIÓN EN LA IMAGEN PERSONAL

- 1.Canon de belleza: concepto y evolución
- 2.Proporciones idealizadas de la figura humana
- 3.Medidas antropométricas
- 4.Medidas antropométricas para un estudio de asesoría de vestuario
- 5.Automedición de las proporciones corporales

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ESTILISMO EN EL VESTIR

- 1.Concepto de estilismo
- 2.Conceptos básicos sobre el estilismo en el vestir
- 3.Materiales y tejidos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ESTILISMO Y TENDENCIAS EN LA MODA

- 1.Introducción a las tendencias
- 2.Música: artistas que marcan estilo
- 3.Arte: principales inspiraciones y ejemplos
- 4.El fenómeno blogger
- 5.El cine como generador de estilo
- 6.Webs de referencia
- 7.Cómo analizar los desfiles
- 8.Cómo buscar en las redes sociales
- 9.Libros de tendencias
- 10.Siluetas destacadas
- 11.Calendario de la moda

+ Información Gratis

12. Conocimiento de los ciclos en la moda

13. Fotografía

UNIDAD DIDÁCTICA 5. DISEÑO DE MODA

1. Dibujo de moda Dibujo de figurín

2. Marketing en la moda

MÓDULO 3. TÉCNICAS DEL DISEÑO DE MODA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PREPARACIÓN Y DISEÑO DE COLECCIONES

1. Introducción al proceso de creación

2. Fase de ideación

3. Fase de creación técnica

4. Patronaje

5. Creación, diseño y patronaje

6. Corte y confección

7. Presentación y difusión de la colección

UNIDAD DIDÁCTICA 2. FUNCIONES Y PROGRAMAS INFORMÁTICOS DE DISEÑO DE MODA

1. Conceptos generales de Diseño de moda

2. Concepción de las diferentes fases del proceso de diseño

3. Introducción al sistema operativo y periféricos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TÉCNICAS DE CONFECCIÓN DE PATRONES

1. Concepto de proyecto de moda

2. Planificación de las fases de un encargo

3. Conceptos generales de Diseño de Moda

4. Técnicas de patrón

5. Tipología de medidas

6. Técnicas de obtención de información

7. Técnicas de presentación del proyecto

UNIDAD DIDÁCTICA 4. TÉCNICAS DE PATRÓN, MODELO Y ESCALADO

1. Fases del proyecto

2. Descripción del proceso de patronaje

3. Ficha técnica

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PROCESOS DE FABRICACIÓN DE DISEÑO DE MODA

1. Tipología de proveedores de Diseño de Moda

2. Fases del proyecto de creación de prendas y / o accesorios

3. Clasificación de la documentación

4. Tipología de las diferentes técnicas de fabricación

5. Políticas medioambientales vigentes en el Diseño de Moda

6. Normativa de la Propiedad Intelectual en el Diseño de Moda

MÓDULO 4. DIRECCIÓN DE EMPRESAS DE MODA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROCESO DIRECTIVO

1. El proceso directivo.

2. Fases del proceso directivo.

3. Liderazgo.

4. Motivación.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LAS FUNCIONES DE LA DIRECCIÓN

1. Introducción.

2. El contenido de los procesos de dirección.

3. La dimensión estratégica de la dirección.

4. Dimensión ejecutiva de la dirección.

5. El desarrollo de la autoridad.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COACHING COMO AYUDA AL LIDERAZGO DE EMPRESA

- 1.El coaching como ayuda a la formación del liderazgo.
- 2.El coaching como estilo de liderazgo.
- 3.El coach como líder y formador de líderes.
- 4.Cualidades del líder que ejerce como coach.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL PLAN DE EMPRESA I. LA ELABORACIÓN DE UN ESTUDIO DE MERCADO

- 1.Introducción.
- 2.Utilidad del Plan de Empresa.
- 3.La Introducción del Plan de Empresa.
- 4.Descripción del negocio. Productos o servicios.
- 5.Estudio de mercado.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL PLAN DE EMPRESA II. PLANIFICACIÓN EMPRESARIAL EN LAS ÁREAS DE GESTIÓN COMERCIAL, MARKETING Y PRODUCCIÓN

- 1.Plan de Marketing.
- 2.Plan de Producción.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL PLAN DE EMPRESA III. PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE INFRAESTRUCTURA, RR.HH. Y RECURSOS FINANCIEROS

- 1.Infraestructuras.
- 2.Recursos Humanos.
- 3.Plan Financiero.
- 4.Valoración del riesgo. Valoración del proyecto.
- 5.Estructura legal. Forma jurídica.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. MARKETING EN LA MODA

- 1.El mercado de la moda y su entorno.
- 2.La segmentación, el posicionamiento e investigación de mercados en la moda.
- 3.El consumidor del producto moda.
- 4.El producto de moda y marca.
- 5.Los precios.
- 6.Comunicación y promoción en la moda.
- 7.La distribución.
- 8.Marketing estratégico en la moda. La planificación estratégica.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. OPERACIONES EN LA INDUSTRIA DE LA MODA

- 1.Planificación de colecciones.
- 2.Modelos de negocio. La tienda Online.
- 3.Compras y negociación con proveedores.
- 4.Liquidación de stocks.

MÓDULO 5. MARKETING DE LA MODA: EXPERTO EN MARKETING RETA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL RETAIL MARKETING

- 1.Concepto de retail marketing
- 2.El sector en el retail marketing
- 3.Mercado del retail marketing
- 4.Tipos de consumidores

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ESTRATEGIAS EN EL SECTOR RETAIL

- 1.Estrategias de segmentación y posicionamiento
- 2.Estrategias competitivas
- 3.Estrategia de precio
- 4.Estrategia de producto y surtido

UNIDAD DIDÁCTICA 3. STAFFING

- 1.Determinación de la fuerza de ventas
- 2.Liderazgo del equipo de ventas
- 3.Formación y habilidades del equipo de ventas
- 4.Motivación de la fuerza de ventas

5.Resolución de conflictos. Deficiencia en el servicio al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EXPERIENCIA DE COMPRA, SHOPPING EXPERIENCE

- 1.Gestión de la oferta: productos, servicios y marcas
- 2.Gestión de compras
- 3.Local Store Marketing
- 4.Venta asistida y negociación en el canal
- 5.Planificación y ejecución del servicio al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 5. RETAIL INTELLIGENCE

- 1.Segmentación y posicionamiento
- 2.Retail intelligence in store
- 3.Retail intelligence out store
- 4.Big data
- 5.Geolocalización en retail

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CRM EN RETAIL

- 1.El papel del crm en la empresa
- 2.La estrategia CRM
- 3.Beneficios de una estrategia de CRM en la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 7. COMERCIO ELECTRÓNICO Y MARKETPLACES

- 1.Marketing electrónico vs. Comercio Electrónico
- 2.Modelos de negocio online
- 3.Atención al cliente en el intercambio de productos vía internet
- 4.Beneficios de Internet y del Comercio Electrónico
- 5.Marketplaces

UNIDAD DIDÁCTICA 8. COMUNICACIÓN COMERCIAL

- 1.Internet como canal de comunicación
- 2.Herramientas en Comunicación
- 3.Venta en Internet
- 4.Proceso de planificación publicitaria
- 5.Campañas online

UNIDAD DIDÁCTICA 9. MARKETING EN EL PUNTO DE VENTA

- 1.Comunicación en el punto de venta
- 2.Publicidad y promoción en el punto de venta
- 3.Implementación del shopper marketing
- 4.Estrategias en el punto de venta
- 5.Plan de marketing en el punto de venta

UNIDAD DIDÁCTICA 10. ESTRATEGIAS DE CANALES

- 1.Estrategias de canales: multicanalidad, omnicanalidad y conflicto
- 2.Modelos de negocio fabricante - canal
- 3.Control del canal
- 4.Control del cliente
- 5.Cadena de comercialización
- 6.E-commerce

MÓDULO 6. BRANDING Y GESTIÓN DE MARCA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ¿QUÉ ES UNA MARCA? DEFINICIÓN E INTEGRANTES

- 1.¿Qué es una marca?
- 2.Personalidad y estructura de marca

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PROCESO DE CREACIÓN DE LA MARCA

- 1.La planificación estratégica
- 2.Brand equity o el valor de marca
- 3.Marcas corporativas y marcas producto

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA MARCA Y SU COMUNICACIÓN

+ Información Gratis

- 1.Métodos tradicionales
- 2.La presencia de la marca en el Medio Online
- 3.La imagen como comunicadora

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ESTRATEGIAS Y GESTIÓN DE MARCA

- 1.Modelo de arquitectura de marcas
- 2.El brand manager como gestor
- 3.Brand meaning management-identidad de marca
- 4.El storytelling
- 5.Branded content y prodcut placement
- 6.Personal branding - cómo crear tu propia marca
- 7.Otras manifestaciones - cool hunting, detección de insight
- 8.El packaging como motivo de compra
- 9.Merchandising o la marca convertida en producto
- 10.Servicios de información tecnológica de la OEPM

MÓDULO 7. COOLHUNTING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN Y FIGURA DEL COOLHUNTING

- 1.Introducción: ¿Qué es el coolhunting?
- 2.¿Dónde surgió el coolhunting? Nacimiento y desarrollo.
- 3.Identificación de la profesión. ¿Quién puede ser coolhunter?
- 4.El knowmad
- 5.Generaciones de consumidores

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LAS TENDENCIAS

- 1.¿Qué son las tendencias?
- 2.Los creadores de tendencias
- 3.Lugares de creación de tendencias
- 4.Agencias de tendencias de consumo
- 5.Diferenciación entre micro y macro tendencias
- 6.Ciclo de una tendencia

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TENDENCIAS DE COMPRA

- 1.Análisis de tendencias de compra
- 2.Tiendas on-line
- 3.El prosumer
- 4.La personalización
- 5.Fabricación a medida del consumidor

UNIDAD DIDÁCTICA 4. METODOLOGÍA Y SISTEMA COOLHUNTING

- 1.Identificación de tendencias
- 2.Método CSI
- 3.La Netnografía
- 4.Monitorizar las tendencias
- 5.Identificar a los trendsetter y early adopters
- 6.Análisis del consumidor

UNIDAD DIDÁCTICA 5. COOLHUNTING COLABORATIVO

- 1.La red de coolhunters
- 2.Mark Granovetter: La teoría de “la fuerza de los vínculos débiles”
- 3.Plataformas de Coolhunting
- 4.Como motivar y mantener la red de coolhunters

UNIDAD DIDÁCTICA 6. INFORME DEL COOLHUNTER

- 1.Informe de tendencias
- 2.Estructura del informe de coolhunting
- 3.Informe visual de coolhunting
- 4.Presentación del informe

MÓDULO 8. DESIGN THINKING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CREATIVIDAD

- 1.La creatividad y las ideas
- 2.Elementos de la creatividad
- 3.Tipos de creatividad y pensamiento
- 4.Habilidades creativas

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN DE LA CREATIVIDAD

- 1.Desarrollo de las habilidades creativas
- 2.Barreras emocionales y cognitivas
- 3.La interrogación conduce a la creación
- 4.El uso del azar para crear ideas
- 5.Herramientas para la generación y combinación de ideas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PENSAMIENTO CREATIVO

- 1.Definición de pensamiento creativo
- 2.Pensamiento creativo e innovación
- 3.Principios de la innovación
- 4.Lateral Thinking

UNIDAD DIDÁCTICA 4. INTRODUCCIÓN AL DESIGN THINKING

- 1.Concepto de Design Thinking
- 2.Historia y evolución del Design Thinking
- 3.Áreas de aplicación y potenciales beneficios

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL PROCESO EN DESIGN THINKING

- 1.Creatividad y desarrollo de nuevos productos
- 2.Premisas fundamentales
- 3.El proceso de innovación

UNIDAD DIDÁCTICA 6. FASE DE EMPATÍA, EL DESCUBRIMIENTO

- 1.Empatía: la fase de descubrimiento
- 2.Investigación de mercado
- 3.Investigación de users
- 4.Gestión de la información
- 5.Grupos de investigación

UNIDAD DIDÁCTICA 7. DEFINICIÓN DE OBJETIVOS Y DELIMITACIÓN DEL PROYECTO

- 1.La fase de definición
- 2.Desarrollo del proyecto
- 3.Gestión del proyecto
- 4.Cierre del proyecto

UNIDAD DIDÁCTICA 8. DESARROLLO DEL PROYECTO, IDEA Y PROTOTIPO

- 1.El proceso de desarrollo
- 2.Trabajo multidisciplinar
- 3.Métodos de desarrollo

UNIDAD DIDÁCTICA 9. TESTEO Y ENTREGA DEL PROYECTO

- 1.El proceso final
- 2.Testeo final
- 3.Aprobación y lanzamiento
- 4.Medición del impacto y feedback

UNIDAD DIDÁCTICA 10. METODOLOGÍA EN DESIGN THINKING (I)

- 1.Stakeholders Map
- 2.Inmersión Cognitiva
- 3.Interacción constructiva
- 4.Mapa mental
- 5.Moodboard

- 6.Observación encubierta
- 7.¿Qué, Cómo y por qué?
- 8.Entrevistas
- 9.Scamper
- 10.Visualización empática
- 11.World Café
- 12.Mapa de interacción
- 13.Personas
- 14.Mapa de empatía
- 15.How might we...?
- 16.Saturar y agrupar
- 17.Compartir y documentar historias

UNIDAD DIDÁCTICA 11. METODOLOGÍA EN DESIGN THINKING (II)

- 1.Perfil de usuario
- 2.Card Sorting
- 3.Maquetas
- 4.Mapa de ofertas
- 5.Actividades de reactivación
- 6.Brainstorming
- 7.Brainwriting
- 8.Storytelling
- 9.Consejo de sabios
- 10.Impact Mapping
- 11.Lego® Serious Play®
- 12.Flor de loto
- 13.Customer journey map

UNIDAD DIDÁCTICA 12. METODOLOGÍA DESIGN THINKING (III)

- 1.Dibujo en grupo
- 2.Evaluación controlada
- 3.Matriz de motivaciones
- 4.Role Play
- 5.Prototipado en bruto
- 6.Prototipado en imagen
- 7.Storyboard
- 8.System Map
- 9.Casos de Uso
- 10.Prototipado de la experiencia
- 11.Prototipado del servicio
- 12.Póster
- 13.Prueba de usabilidad

MÓDULO 9. MONTAJE Y DISEÑO DE ESCAPARATES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL ESCAPARATE

- 1.Introducción
- 2.Introducción histórica del escaparate
- 3.Funciones y objetivos de un escaparate
- 4.Tipos de escaparates
- 5.El escaparate como elemento comunicador
- 6.Requisitos de un buen escaparate
- 7.¿Qué es un escaparatista?

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PRINCIPIOS BÁSICOS EN EL MONTAJE DE UN ESCAPARATE

- 1.Introducción

- 2.Principios básicos de un escaparate
- 3.Características fundamentales de un escaparate
- 4.Principios de composición de un escaparate
- 5.El recorrido visual

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TÉCNICAS DE COMPOSICIÓN EN EL ESCAPARATISMO

- 1.Introducción
- 2.Técnicas basadas en el trazado de la línea imaginaria
- 3.Técnicas basadas en la localización del punto

UNIDAD DIDÁCTICA 4. COMPOSICIÓN VISUAL DEL ESCAPARATE

- 1.Introducción
- 2.El color
- 3.La luz y la iluminación
- 4.Líneas, volúmenes y superficies

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ELEMENTOS QUE INTERVIENEN EN LA ANIMACIÓN DE UN ESCAPARATE

- 1.Elementos estructurales
- 2.Elementos de fijación
- 3.Revestimientos
- 4.Carteles
- 5.Materiales de ambientación
- 6.Elementos móviles y sistemas de animación
- 7.Elementos fijos
- 8.Elementos vivos
- 9.Maniqués
- 10.Herramientas de trabajo en el escaparate

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PASOS A SEGUIR EN EL MONTAJE DE UN ESCAPARATE

- 1.Introducción
- 2.La idea
- 3.El proyecto
- 4.Maqueta
- 5.Presupuesto
- 6.Tiempo de ejecución
- 7.Programación de la exposición de productos
- 8.Preparación de los productos a exponer
- 9.El montaje de los productos

UNIDAD DIDÁCTICA 7. DIBUJO Y DISEÑO

- 1.La comunicación visual: el significado del diseño
- 2.La composición y el diseño
- 3.Dibujo artístico y dibujo técnico

MÓDULO 10. PROYECTO FIN DE MÁSTER