



Curso de Extensão - ONE YEAR

Retail Design & Visual Merchandising

MÓDULO NACIONAL

- **Introdução ao curso, panorama da profissão e apresentação do trabalho final (3 horas)**

Apresentação do curso, conteúdo e formato escolhido para poder atender a demanda de novos profissionais. Panorama de atuação da profissão no mercado de varejo, suas áreas, interfaces e desdobramentos.

- **Palestra de abertura (3 horas)**

Participação de um palestrante convidado para trazer assuntos específicos do segmento de Retail Design e VM abrangendo tendências, inovações e estratégias.

- **Marketing e Consumidor (6 horas)**

Aborda sobre os conceitos do marketing do global ao local, suas estratégias, perfil do consumidor, aspectos do produto e as formas de comunicação destes elementos conjuntamente. A busca pela personalização e sofisticação dos produtos pelo cliente contemporâneo se deram devido a facilidade de acesso as informações. Isso alterou e tem alterado a forma de consumo dos produtos e serviços. Analisa o ponto de venda como negócio sempre apresentando muitos cases nacionais e internacionais.

- **Branding (6 horas)**

O branding vai trabalhar informações visuais, culturais, artísticas e tecnológicas tangibilidades no espaço comercial de forma a agregar uma comunicação integrada entre espaço, marca, produto e cliente.

- **Neurociências (6 horas)**

A disciplina introduz a base da ação da neurociência dentro do varejo, como ele interfere na decisão de consumo do consumidor, como pode definir as experiências dos indivíduos e como melhora a performance da marca.

- **Pesquisa de Mercado (6 horas)**

Dentro do tema Mercado, o conteúdo ofertado apresentará uma visão geral de como é o varejo brasileiro, formas de atuação do negócio, os tipos de pontos de venda do varejo de moda e as influências estrangeiras que sofre externa e internamente.

- **Coolhunting (6 horas)**

Como as tendências são e podem ser trabalhadas dentro do ponto de venda pelo projeto da loja e pelo seu VM. Como detectar tendências e como trabalhar com estas informações tanto no produto quanto no espaço para que seja legível ao usuário.

- **Design de Serviços (6 horas)**

Design de Serviços é a atividade de planejar e organizar pessoas, infraestrutura, comunicação e componentes materiais de uma marca, serviço ou produto de forma a melhorar sua qualidade e a interação entre a empresa provedora do serviço/produto aos consumidores. As metodologias vão trabalhar para entender o perfil dos consumidores, seus desejos e suas necessidades a fim de garantir que determinado serviço seja competitivo para o mercado e relevante para quem o usa.

- **Visual Merchandising I – Conceitos (6 horas)**

O Visual Merchandising é um trabalho em conjunto com o marketing, o planejamento e o departamento comercial onde une técnicas que vão materializar os aspectos intangíveis da marca no espaço. Ele vai reunir ferramentas que vão traduzir no ambiente, elementos que vão conversar com o seu público consumidor, agregando valor ao produto na maneira como ele se apresenta, gerando renovação da marca e uma arquitetura com forte identidade visual.

- **Visual Merchandising II – Estrutura + Projeto (6 horas)**

Esta parte do encontro vai mostrar as aplicações práticas da profissão e cases de marcas nacionais e internacionais. Visitas externas a estabelecimentos comerciais para análise prática dos conteúdos.

- **Visual Merchandising III - Produto (6 horas)**

O produto é o ponto chave neste encontro pois o VM irá estabelecer uma forma de comunicação com o consumidor na maneira como ele é exposto e percebido dentro da loja. O VM de produto não considera apenas características estéticas, mas ele segue orientação do planejamento de vendas como benchmark no pdv.

- **Visual Merchandising IV - Vitrine (12 horas)**

A vitrine é um dos primeiros contatos visuais da loja perante o indivíduo. Com base nas disciplinas vistas anteriormente, o participante irá criar uma proposta cenográfica de uma vitrine envolvendo o produto num storytelling segundo padrão da marca, do consumidor e do produto.

- **Store Design I – Concept Store (6 horas)**

Este conteúdo aborda as bases da construção de um projeto de design de interiores pautado na gestão de marca. Ele irá traduzir no espaço da loja, as características e aspectos intangíveis do branding para que ela seja uma extensão da experiência e da

comunicação do cliente no ambiente.

- **Store Design II – Magazines (6 horas)**

Os desenvolvimentos de um projeto de magazines oferecem um nível maior de entendimento da operação de uma marca. Geralmente possuem uma metragem maior que uma loja conceito e trabalham com estratégias específicas e complexidades de abordagens para que o espaço seja um aliado na exposição e setorização dos produtos.

- **Store Design III – Supermercados (12 horas)**

Os supermercados surgem com uma variedade muito ampla de área de venda, de foco de consumidor, de variedade de produtos conforme região que atua. Entender sobre como projeta este espaço é um desafio para atender as novas camadas de consumidores existentes

- **Merchandising Estratégico (6 horas)**

A setorização, distribuição e organização dos produtos dentro de uma loja são decisões baseadas em estratégias comerciais, estratégias de visibilidade de marca e de controle de estoque. Os produtos não são expostos aleatoriamente no ponto de venda, mas seguem uma série de fatores que fazem toda a diferença de marca para marca e entre os pontos de venda. Seu valor, suas dimensões, sua quantidade e seu uso vão caracterizar as formas de vender e de se mostrar ao cliente.

- **Music & Fragrance Branding (6 horas)**

Quais as características e os elementos constitutivos de uma identidade olfativa e sonora para uma marca? Como pode ser analisado e proposto a composição destes elementos dentro do VM?

- **Varejo Digital (6 horas)**

A presença da tecnologia digital no ambiente de varejo é aplicada de forma ampla e estratégica. Desde o código de barras, a sensores de presença, aplicativos de e-commerce usado nas lojas físicas, provedores que mostram informações sobre a roupa e seus usos e tendências são realidade mais que próxima dos consumidores. Nesta disciplina o aluno irá ter contato com programas usados no varejo offline e online para fomentar vendas, divulgação da marca, ações de marketing, fidelização do cliente.

- **Design Thinking (6 horas)**

Introduz uma metodologia para pensar e desenvolver formas inovadoras de abordar o processo de criação. O participante vai contar com aulas teóricas e aulas em formato de workshop com temas pertinentes ao universo do varejo.

- **Trabalho Final (24 horas)**

Durante todo o curso o aluno irá desenvolver pequenas atividades pontuais sobre os assuntos ministrados. Neste momento o aluno irá organizar e formatar um trabalho final contendo todas as atividades e reunindo as informações num projeto de loja completo.

- **MÓDULO INTERNACIONAL (40 horas)**

São 40 horas-aula ministradas pelo IED Espanha em parceria com o IED Brasil. O objetivo será apresentar aos alunos o mercado consumidor espanhol e as mais diversas empresas de sucesso do setor, com visitas guiadas e palestras complementares na sede do IED Espanha, com foco em Retail Design & Visual Merchandising.

CRONOGRAMA NACIONAL – FASE 1

- 20/10/2018 – sábado
09h - 12h | 14h - 17h
Encontro 1 – Introdução ao curso, panorama da profissão e apresentação do trabalho final
Encontro 1 – Palestra de abertura “Panorama do Varejo: Inovação e Futuros Disruptivos”
- 21/10/2018 – domingo
9h - 12h | 14h - 17h
Encontro 1 – Marketing
Encontro 1 – Consumidor
- 10/11/2018 – sábado
9h - 12h | 14h - 17h
Encontros 1 e 2 – Branding
- 11/11/2018 – domingo
9h - 12h | 14h - 17h
Encontros 1 e 2 – Neurociências
- 24/11/2018 – sábado
9h - 12h | 14h - 17h
Encontros 1 e 2 – Pesquisa do Mercado
- 25/11/2018 – domingo
9h - 12h | 14h - 17h
Encontros 1 e 2 – Coolhunting
- 02/02/2019 – sábado
9h - 12h | 14h - 17h
Encontros 1 e 2 – Design de Serviços
- 03/02/2019 – domingo
9h - 12h | 14h - 17h
Encontros 1 e 2 – Visual Merchandising I - Conceitos
- 16/03/2019 – sábado
9h - 12h | 14h - 17h
Encontros 1 e 2 – Visual Merchandising II – Estrutura + Projeto
- 17/03/2018 – domingo
9h - 12h | 14h - 17h
Encontros 1 e 2 – Visual Merchandising III - Produto
- 30/03/2019 – sábado
9h - 12h | 14h - 17h
Encontros 1 e 2 – Visual Merchandising IV - Vitrine
- 31/03/2019 – domingo
9h - 12h | 14h - 17h
Encontros 3 e 4 – Visual Merchandising IV - Vitrine
- 13/04/2019 – sábado
9h - 12h | 14h - 17h
Encontros 1 e 2 – Store Design I – Concept Store
- 14/04/2019 – domingo
9h - 12h | 14h - 17h
Encontros 1 e 2 – Store Design II – Magazines

- 27/04/2019 – sábado
9h - 12h | 14h - 17h
Encontros 1 e 2 – Store Design III – Supermercados

- 28/04/2019 – domingo
9h - 12h | 14h - 17h
Encontros 1 e 2 – Merchandising Estratégico

MÓDULO INTERNACIONAL

Maio 2019 – Espanha (40 horas)

CRONOGRAMA NACIONAL – FASE 2

- 08/06/2019 – sábado
9h - 12h | 14h - 17h
Encontros 3 e 4 – Store Design III – Supermercados
- 09/06/2019 – domingo
9h - 12h | 14h - 17h
Encontro 1 – Music Branding
Encontro 1 – Fragrance Branding
- 29/06/2019 – sábado
9h - 12h | 14h - 17h
Encontros 1 e 2 – Varejo Digital
- 30/06/2019 – domingo
9h - 12h | 14h - 17h
Encontros 1 e 2 – Design Thinking + introdução ao projeto
- 03/08/2019 – sábado
9h - 12h | 14h - 17h
Encontros 1 e 2 – Projeto Final de Retail Design & VM
- 24/08/2019 – sábado
9h - 12h | 14h - 17h
Encontros 3 e 4 – Projeto Final de Retail Design & VM
- 21/09/2019 – sábado
9h - 12h
Encontro 5 – Projeto Final de Retail Design & VM
- 26/10/2019 – sábado
9h - 12h | 14h - 17h
Encontros 1 e 2 – Apresentação Projeto Final de Retail Design & VM

O programa está sujeito a alterações.