

FORMULÁRIO CURSO DE EXTENSÃO

1. IDENTIFICAÇÃO DA ORIGEM

1.1. TÍTULO DO PROJETO:

Visual Merchandising com ênfase em Vitrinismo – Ferramenta de Vendas e Imagem de Marca em Lojas de Moda (Módulo I)

1.2. CURSO:

Design de Moda

1.3. IDENTIFICAÇÃO DO(A) PROFESSOR(A) / PROPONENTE

1.3.1. NOME: Roberta Del-Vechio

1.3.2. TITULAÇÃO: Mestre e Doutoranda

1.3.3. DISCIPLINA: Criatividade, Visual Merchandising e Marketing de Moda

1.3.4. E-MAIL: rovechio@gmail.com

1.4. CO-PARTÍCIPIES (PARCEIROS):

() Setor Público () Setor Privado () Sociedade Civil Organizada
() Comunidade Acadêmica, interna e externa (X) Não há

1.4.1 ESPECIFICAR CO-PARTÍCIPIES:

2. CARACTERIZAÇÃO DA AÇÃO

2.1. ÁREA TEMÁTICA:

(x) Comunicação (x) Cultura () Direitos Humanos e Justiça () Educação
() Meio Ambiente () Saúde () Tecnologia e Produção () Trabalho

2.2. ABRANGÊNCIA:

() Local (x) Regional

2.3. CLASSIFICAÇÃO DA AÇÃO:

2.4.1. QUANTO AO PRAZO DE OPERACIONALIZAÇÃO:

() Ocasional (x) Permanente

2.4.2 QUANTO A ESTRUTURAÇÃO DA AÇÃO DESENVOLVIDA:

() Programa	() Projeto	(X) Curso	() Evento	() Publicações e Outras
		() De Iniciação	() Congresso	() Livro
		(X) De Atualização	() Seminário	() Anais
		() Treinamento e Qualificação Profissional	() Ciclo de Debates	() Capítulo de Livro
			() Exposição	() Artigo
			() Espetáculo	() Comunicação
			() Evento Esportivo	() Manual
			() Festival	() Jornal
			() Campanha	() Revista
			() Outros	() Relatório Técnico
				() Produto Audiovisual
				() Jogo Educativo
				() Aplicativo para Computador
				() Produto Artístico
				() Outros

Prestação de Serviços

2.5. MODALIDADE:

Presencial

Semi-presencial

Virtual ou a Distância

3. DESCRIÇÃO DA AÇÃO

3.1. JUSTIFICATIVA (descrever):

No mundo globalizado, marcas e produtos do mesmo segmento concorrem lado a lado com preços e características muito próximas. É certo que uma marca forte para ser criada ou mantida, exige investimento e estudo, que envolvem uma série de profissionais, desde o Design até o profissional no ponto de venda (PDV). Definitivamente não há mais espaço para uma empresa que não esteja voltada para o Marketing. No Marketing de Varejo, o **Vitrinismo** é fundamental. Por vezes a vitrina é a única forma de comunicação com os clientes. Uma vitrina bem feita não só seduz, mas de fato traz resultados para a loja. Estudos do POPAI Brasil indicam que mais de 80% das compras por impulso, são efetuadas no PDV. Para que o objetivo de uma vitrina seja alcançado, é necessário dosar criatividade e coerência na produção. É importante que os lojistas, sua equipe, profissionais da área de comunicação marketing e moda, estejam preparados para atuarem de forma profissional neste espaço tão importante de vendas e afirmação de imagem de marca, que é a loja. Nesta perspectiva, apresenta-se o curso Visual Merchandising com ênfase em Vitrinismo como uma importante ferramenta para os lojistas.

3.2. PALAVRAS-CHAVE:

1) Visual Merchandising

2) Vitrinismo

3) Venda e Imagem de Marca

3.3. OBJETIVO GERAL:

Capacitar o participante a desenvolver um projeto de vitrina, levando em consideração o *target* do produto e a imagem da loja.

3.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS (descrever):

- Abordar a importância do Visual Merchandising para o campo da Moda;
- Apresentar recursos visuais em vitrinismo;
- Investigar as técnicas de aplicação em vitrinismo;
- Desenvolver projeto em vitrinismo;
- Aplicar os conhecimentos adquiridos em prática orientada.

3.5. PÚBLICO ALVO: Profissionais da área de Moda: Comunicação, Marketing e Logistas de Moda.

3.6. PERÍODO, CARGA HORÁRIA E LOCAL DE REALIZAÇÃO

3.5.1. DATA DE INÍCIO: 12/06

3.5.2. DATA DE TÉRMINO: 10/07 das 14:00h às 17:30h

3.5.3. CARGA HORÁRIA TOTAL: 20 horas/aula

3.5.4. LOCAL: Laboratório de Moda

3.7. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS (descrever):

- Aula expositiva dialogada
- Aplicação de exercício sobre equilíbrio
- Aplicação de exercício sobre cores
- Desenvolvimento de Projeto
- Apresentação das produções orientadas com feed-back.

--

3.8. CRONOGRAMA:

05/06 – Abordagem Teórica sobre Visual Merchandising, Moda, Marketing e Vitrinismo.
12/06 – Ferramentas e Técnicas em Vitrinismo – Equilíbrio.
26/06 – Técnicas em Vitrinismo– Cores
03/07 – Desenvolvimento de Projeto, encaminhamento de montagem.
10/07 – Apresentação das produções com feed-back. Encerramento.

3.9. MATERIAIS E EQUIPAMENTOS NECESSÁRIOS:

Utilização do Laboratório de Moda.
Orçamento: Folha A4, Lápis de cor, caneta, borracha, régua, manequins e bustos.

3.10. CERTIFICAÇÃO:

PROPPEX – UNIFEBE .Os participantes devem cumprir com 75% de frequência o curso.

3.11. AVALIAÇÃO:

A Avaliação dos trabalhos será feita a partir dos critérios estabelecidos na apresentação da proposta.