



Diploma de Postgrado en Retail Design. Diseño y Concepto: Branding

DIPLOMA DE POSTGRADO EN RETAIL DESIGN. DISEÑO Y CONCEPTO: BRANDING

Inicio

Febrero

Créditos ECTS

30

Idioma

Grupos en inglés o castellano.

Titulación

Diploma de Postgrado en Retail Design. Diseño y Concepto: *Branding*, título expedido por la Universidad Pompeu Fabra (UPF).

Horario

Edición castellano:
martes, jueves y viernes
de 17h a 21.15h.
Edición inglés:
martes, jueves y viernes
de 10h a 14.15h.

Presentación

¿Qué hay que tener en cuenta al crear espacios propios para las marcas? En el Postgrado en Retail Design. Diseño y Concepto: Branding aprenderás como aplicar el diseño a un espacio comercial.

En un mundo en el que la presencia digital gana cada vez más protagonismo, la experiencia física a través de todos los sentidos debe mejorar el discurso comercial de las marcas para atraer de una manera diferencial y competitiva.

El Postgrado en Retail Design. Diseño y Concepto: Branding está dirigido a aquellos profesionales que quieren adquirir los conocimientos imprescindibles para poder trabajar y diseñar espacios comerciales. Desde el diseño a pequeña escala hasta gran escala, desde las boutiques hasta grandes marcas multinacionales. Dentro del *retail* existen numerosas disciplinas que se deben conocer en profundidad para desarrollarse profesionalmente.

Todas las materias serán tratadas con teoría y práctica, dando una mayor importancia al análisis y el estudio de tendencias e innovación del mercado y la sociedad para poder llegar al máximo detalle del diseño de un espacio comercial (espacio, comunicación, circulación, exposición, virtual, sensorial, etc.). El arte y los análisis son la base de todo proyecto, así como el concepto y la proyección del espacio. El objetivo es que los alumnos salgan con la máxima preparación y capacidad para trabajar con las empresas más exigentes del mercado.

Estructura

MÓDULO 1

INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA DEL MARKETING/RETAIL BRANDING

- Teoría del *marketing*.
- Exposición de casos prácticos.
 - Trabajo en grupo: casos prácticos (comparativas de mercado según países, edades, etc.).
 - Debate: puesta en común de los casos prácticos.

MÓDULO 2

EL RETO DEL BRANDING / LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

- Introducción al reto del *Branding*.
Un viaje por el mundo del retail (introducción).
- Las nuevas tecnologías: la transformación del consumo.
- El fenómeno del *tuning*: la customización (el yo). Debate: asociación de elementos y escenas con comportamientos de consumo.
- Estudio de casos por grupos.
Introducción al *Branding* y a sus tipologías.
- Tipologías y estrategias.
- Análisis de marcas.
- Teoría del *marketing*.
 - Debate: proceso de análisis de las estrategias de marca

MÓDULO 3

PROYECTO DE ESTUDIO

- Presentación y desarrollo del proyecto
- Trabajo en grupos de investigación.
- Nuevas tendencias y eco-diseño
- Presentación del proyecto y debate de grupo.

MÓDULO 4

GRAFISMO/LA IDENTIDAD Y LA ICONOGRAFÍA DE LAS MARCAS

- El diseño como estrategia
- Análisis del proceso de búsqueda de la iconografía de venta
- Valores y tendencias
- Casos prácticos

MÓDULO 5

VISITAS EXTERNAS

- Materiales (visita Materfad)
- Iluminación (visita iGuzzini)
- Empresa (visita Desigual, oficinas y locales)

MÓDULO 6

VISUAL - ESCAPARATISMO

MÓDULO 7

TRENDS

MÓDULO 8

DISEÑO COMERCIAL E IMAGEN. BRAND/PROYECTO

MÓDULO 9

PROYECTO FINAL

Ejercicio práctico con empresa colaboradora.

MÁS INFORMACIÓN

→ elisava.net

→ retaildesign.elisava.net

Antiguos Alumnos: Los Alumni Bold se beneficiarán de un 15% de descuento sobre el importe de los cursos que se imparten en la Escuela.

La relación de profesores del programa es susceptible a variar en función de condicionantes ajenos al programa. Elisava se reserva la posibilidad de introducir cambios en la programación, así como el derecho de suspender el curso dos semanas antes de su inicio si no se alcanza la cifra mínima de participantes, sin otra obligación que la devolución de las cantidades satisfechas a cada participante.

Los horarios de los programas de Máster y Postgrados pueden ampliarse en función de las actividades del curso (fines de semana incluidos).