

NABA

NUOVA ACCADEMIA
DI BELLE ARTI

CORSI BREVI

A.A. 2024-25
SYLLABUS

Visual merchandising:
relazione tra spazio
vendita e prodotto

www.naba.it

VISUAL MERCHANDISING

relazione tra spazio vendita e prodotto

DESCRIZIONE DEL CORSO

Marchi, catene e negozi mettono in opera strategie per conferire un'identità visiva al punto vendita ed alla visual identity del marchio: per questo è nata la professione del visual merchandiser: una professione indispensabile, innovativa, nata per incrementare il sell-out, sfruttando al meglio il layout espositivo e merceologico. Lo scopo è quello di trasformare il punto vendita in un luogo emozionale che sollecita il cliente con sensazioni piacevoli che favoriscono l'acquisto.

Il programma si articola in quanto segue:

- Introduzione: profilo del visual merchandiser - atmosfera del P.d.V. Dal concept store al visual merchandising. Nozioni di base: concetto e classificazione di lifestyle. Rapporti tra visual e product manager. Classificazione dei diversi tipi di retail.
- Tendenze moda: fonti di tendenze e relazioni tra tendenze, acquisti e attività di visual. Nozioni su tessuti innovativi e sull'importanza del mondo denim e delle sue peculiarità. Nozioni di semiotica: aspetti pratico-operativi per l'attività di visual. Comunicazioni multisensoriali, isole olfattive. Presentazione e spiegazione progetto di base.
- Importanza del colore nel visual merchandising: significato e uso dei colori, armonia nell'accostamento dei colori (match color). Codici di colore: Pantone, RAL, NCS-scala colori.
- Calendario commerciale di attività di visual, eventi speciali. Visione e commento di progetto di base e lancio progetto finale. Comunicazione nel P.d.V: classificazione di display. Design esterno, design interno, display con "ritmo". Comunicazione interna: layout, classificazione e strutture.
- La vetrina: nozioni di base, classificazione, strumenti, luci, supporti espositivi, il corner. Analisi del P.d.V.: valutazione dell'efficacia dell'attività di store design in chiave esperienziale (spazio sperimentato, percepito, immaginato).

OBIETTIVI FORMATIVI E RISULTATI ATTESI

- Acquisire le conoscenze necessarie per attuare la comunicazione dei valori del brand sui punti di vendita attraverso gli strumenti di visual merchandising, interagendo sulle variabili, come ad esempio percezione dello spazio, posizionamento del prodotto, valutazione del comportamento psico-sociale del

Contacts

VISUAL MERCHANDISING

relazione tra spazio vendita e prodotto

consumatore.

- Acquisire gli strumenti per conferire al punto vendita il ruolo di un sapiente network in costante relazione con il suo pubblico.

METODOLOGIA FORMATIVA

Ogni incontro si comporrà di una lezione frontale in cui verranno spiegati i contenuti didattici dell'argomento trattato. Parallelamente verrà sviluppato un progetto di visual merchandising.

REQUISITI NECESSARI

Livello base: non sono richiesti requisiti minimi per l'accesso al corso.

MATERIALI PER IL CORSO

Computer portatile personale.

MODALITÀ DI VALUTAZIONE

L'esame finale prevede la presentazione di un progetto di visual. In fase di valutazione viene tenuto conto della capacità di lavoro in team, di sperimentazione ed innovazione.

FACULTY

GIOVANNI PILLA

Dopo una carriera pluridecennale presso gruppi quali *La Rinascente*, *Upim* e *Coin*, fonda *STUDIOPILLA* dedicato alla consulenza prodotto e strategie di marketing – dal progetto al prodotto retail quindi dalla

progettazione al prototipo finale di campionario. Ha collaborato con clienti italiani ed esteri (quali ad esempio *Kapur*, *Legend*, *Valindo*, *Rasurel*, *Rifle*, *Progetti Kauten*, *Catalina*, *Conte of Florence*, *Pietro Brunelli* e altri).

Oltre all'attività dello studio, negli anni ha anche insegnato in università e scuole italiane, come il *Politecnico di Milano*, *Domus Academy*, *IED Istituto Europeo di Design*, *AFOL Moda*.

Contacts

VISUAL MERCHANDISING

relazione tra spazio vendita e prodotto

INFORMAZIONI GENERALI

Prima sessione

DETTAGLI PERIODO

PERIODO	DURATA - ORARIO	COSTO
giovedì 10.10.2024 - giovedì 30.01.2025	35 ore, frequenza settimanale 19:30 - 22:00	750€*
LINGUA	LIVELLO CORSO	CREDITI
Italiano	Base	2 ECTS**

*condizioni speciali

** A tutti coloro che non desiderano sostenere la prova di verifica finale per il conseguimento dei crediti ECTS, potrà essere rilasciato un attestato di frequenza. Il Coordinamento Accademico si riserva di verificare l'effettiva frequenza di almeno l'80% del monte ore di lezione prima di rilasciare l'attestato.

Crediti ECTS:

I crediti ECTS verranno erogati dietro superamento della prova di verifica finale attestante il raggiungimento degli obiettivi formativi e dei risultati attesi a coloro che avranno frequentato almeno l'80% del monte ore di lezione.

Transcript ECTS: € 150

Contacts