

visual merchandising & store design

Como a implementação do design pode melhorar a imagem de uma organização.

- ➔ Utilização de metodologias “learning by doing”.

➔ Competências de interpretação das tendências culturais do consumo e produção.

➔ Aplicabilidade dos conhecimentos ao mundo real.
- ➔ Desenvolvimento de capacidades de síntese e análise do processo criativo.

➔ Prática laboratorial de renovação de instalações comerciais existentes.



DESTINATÁRIOS

- Empresários ou trabalhadores da área do retalho alimentar ou não alimentar que desenvolvam:
- Funções de Marketing ou Comercial de nível superior e médio.
 - Funções de gestão de Áreas Funcionais como: Gestão de Produto, Vendas, Publicidade, Design, Merchandising, entre outros.
 - Profissionais de empresas que, não possuindo formação específica, assumem funções desenvolvidas na placa de vendas.

COORDENAÇÃO



José António Rousseau

Licenciado em Direito pela Universidade Clássica de Lisboa. Pós-Graduado em Distribuição e Logística pelo ISEG. Mestre em Gestão de Marketing e especialista em comércio pelo IPAM. Doutorando pela universidade El Rey Juan Carlos de Madrid. É autor das obras Manual de Distribuição, Dicionário da Distribuição e O que é a Distribuição. Foi Secretário-geral da ANS, da APCC e da CODIPOR. Foi fundador e diretor da revista “Distribuição Hoje” e da revista “Shopping – Centros Comerciais em Revista”. Exerceu ainda os cargos de diretor-geral da SPCC (grupo Sonae) e diretor-geral da APED. É conferencista, consultor, docente Universitário e presidente do Fórum do Consumo.

Mensagem do coordenador

●● *Perante um futuro em que o virtual se impõe e em que o consumidor pode comprar onde, quando, como e o que quiser sem restrições, o retalho físico necessita de saber dramatizar a sua oferta, encenar os seus produtos, criar o desejo das experiências memoráveis. Só o Visual Merchandising e o Store Design conseguirão fornecer às insígnias e às marcas os meios imprescindíveis para o fazer com sucesso.* ●●

●● *Uma vez que entrei na Pós-Graduação logo após a minha Licenciatura, esta permitiu-me contactar com uma realidade diferente daquela que vivenciei durante a aquisição de conhecimentos na Licenciatura. Por outro lado beneficieei do facto de ter lidado com colegas que já estavam inseridos no mercado de trabalho, o que me enriqueceu na aquisição de conhecimentos. É óbvio que para tudo isto contribuiu o excelente quadro de professores que nos transmitiram conhecimentos ao longo destes meses. A possibilidade de confirmar os conceitos teórico-práticos in loco vieram sobre a forma de um estágio no El Corte Inglés.*

Maria Aires de Sá | Alumni

PLANO DE ESTUDOS

Unidade Curricular	Docente
Retail Management	José António Rousseau
Design e Tecnologias de Comunicação em Ambiente de Loja	Luís Carvalho
Trends & Consumer Culture	Sofia Dias
Conceção de Espaços I	Nuno Vidigal
Técnicas de projeto workshop	Pedro Costa
Técnicas de vitrinismo	Anabela Viçoso
Conceção de Espaços II	António Cruz Rodrigues
Merchandising	Luís Lança
Retail Design	Marco Rocha

HORÁRIO

Pós-Laboral | 1 dia por semana

DURAÇÃO

9 meses

LOCAL

Lisboa