



PARIS

SHORT COURSE VISUAL MERCHANDISING IMAGE & COMMUNICATION STRATEGIES

Este curso de curta duração oferece uma imersão aprofundada em **visual merchandising** como um **elemento estratégico de comunicação de marca** e **engajamento do consumidor no varejo de luxo**.

O programa tem início com uma visão geral do **varejo de luxo global** e da **identidade de marca**, combinando conceitos de sociologia do consumo e análise competitiva com o uso de ferramentas digitais, como o **Adobe Creative Suite** e recursos de geração de conceitos baseados em inteligência artificial. Em seguida, o curso avança para aplicações práticas, que vão do **design de vitrines e layout de loja** ao uso de **materiais sustentáveis e técnicas de styling**, culminando no desenvolvimento de um projeto consistente de visual merchandising.

Na etapa final, os participantes transformam todo o aprendizado em uma apresentação de nível profissional, demonstrando sua capacidade de conectar escolhas estéticas à estratégia, à sustentabilidade e à experiência sensorial. O curso estimula uma compreensão integrada do cenário contemporâneo do varejo, no qual inovação digital e storytelling emocional se unem para redefinir o futuro da comunicação no luxo.

FOCO DE APRENDIZAGEM

- Princípios de visual merchandising e identidade de marcas de luxo
- Sociologia do consumo e previsão de tendências no varejo
- Design de lojas, vitrines e comunicação sensorial
- Materiais sustentáveis e conceitos de varejo circular
- Ferramentas digitais e aplicações de IA para storytelling visual

CURRICULO

Semana 1

Os participantes serão introduzidos ao visual merchandising por meio da análise de seu papel no mercado atual de varejo de moda, bem como das principais estratégias de comunicação visual utilizadas para atrair clientes e impulsionar vendas. A comunicação externa das lojas permitirá identificar métodos-chave de design aplicados a fachadas, acessos e vitrines. O foco da primeira semana está na pesquisa de exposições bem-sucedidas e atrativas, além das diferenças entre apresentações voltadas para o varejo comercial e para o mercado de luxo ou boutiques.

Semana 2

Nesta semana, o curso aprofunda o estudo de imagem, layout e vitrines. Serão apresentadas estratégias internas de visual merchandising, investigando métodos essenciais de layout de loja e design de interiores, considerando o uso de adereços, mobiliário e materiais. Também serão abordados métodos de exposição que utilizam styling, organização do espaço de acordo com objetivos de venda e a importância do agrupamento de produtos. Ao longo do curso, os participantes também terão uma visão ampla da importância do branding para compreender melhor o engajamento do consumidor.

Semana 3

A semana final concentra-se no produto, incluindo níveis de exposição e vendas, além de aprofundar a análise da experiência de varejo sob a perspectiva do consumidor. Os participantes ampliarão sua compreensão do visual merchandising ao explorar conceitos e estratégias que integram meios digitais e físicos para promover a “experiência de marca”. Esta etapa também aborda a importância da fidelização de clientes, técnicas de pós-venda e a experiência do cliente como um todo. Durante o curso, os participantes terão a oportunidade de desenvolver um portfólio básico de pesquisa visual com painéis de design e compreender a lógica por trás dos principais conceitos de visual merchandising.