

INSEGNAMENTO	DOCENTE	CFA
SCENOGRAFIA (allestimento spazi del punto vendita)	PAOLO MARIA FUMAGALLI	6

OBIETTIVI FORMATIVI E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI ►

CONOSCERE LE COMPONENTI E IL PROCESSO DI PROGETTO RETAIL DOVE SI FONDONO “BRAND IDENTITY” ED INTERIOR DESIGN.

CONOSCERE ED ANTICIPARE LE TENDENZE DI “CUSTOMER EXPERIENCE”

APPORTO SPECIFICO AL PROFILO PROFESSIONALE / CULTURALE ►

CONOSCERE LA COMPLETEZZA DI UN PROGETTISTA PER RETAIL TRA MARKETING E TENDENZE.

PROGETTARE PER COMUNICARE GESTENDO FUNZIONALITA' E FASHION.

PREREQUISITI RICHIESTI ►

CONOSCENZE EVOLUTE DEL DISEGNO E DEL DISEGNO TECNICO.

INTERESSI PER L'AMBITO DELL'INTERIOR DESIGN ED ARREDAMENTO.

CONOSCENZE DI BRAND IDENTITY E COMUNICAZIONE.

CONOSCENZE PROGETTAZIONE ALLESTITIVA E TEMPORANEA.

CONTENUTI DELL'INSEGNAMENTO ►

10 H. RILIEVO E COMPrensIONE LOCATION FORNITA E CONCEPT PER NUOVO STORE.

10 H. PROGETTO BRAND IDENTITY E LAY OUT DISTRIBUTIVO NUOVO CONCEPT STORE.

10 H. PROGETTO COMPLETO DI UN POP-UP COMUNICATIVO DEL NUOVO CONCEPT STORE.

10 H. PROGETTO COMPLETO DI “EVENTO” REALIZZATO IN PROSSIMITA' DEL CONCEPT STORE.

20 H. PROGETTO COMPLETO CONCEPT STORE CON IMMAGINE COORDINATA.

ARGOMENTI ►

PERCORSO DI PROGETTAZIONE DAL CONCEPT AL PROGETTO FINALE DI CONCEPT STORE IN AMBIENTE AD ALTA COMPETIZIONE COMMERCIALE FASHION.

COSTRUZIONE DI SCENARI COMUNICATIVI E PROGETTUALI/ALLESTITIVI ATTI A LANCIARE LA NUOVA LOCATION E COMUNICARE LA FORZA DEL NUOVO CONCEPT STORE

METODI DIDATTICI ►

ESERCITAZIONI AL DISEGNO, ALLA COMPrensIONE DIMENSIONALE ED ERGONOMICA DEGLI ARREDI.

PRESENTAZIONE E COMUNICAZIONE DELLE FASI METODOLOGICHE INDIVIDUALI.

CORREZIONI DI GRUPPO.

CONFRONTO E VALUTAZIONI DI APPROCCI METODOLOGICI E MERCEOLOGICI DIFFERENTI.

BIBLIOGRAFIA ►

Massimo Malagugini - ALLESTIRE PER COMUNICARE - Francoangeli

Cataloghi Prodotto Aziendali condivisi in Didattica

Siti Internet Aziendali condivisi in Lezione