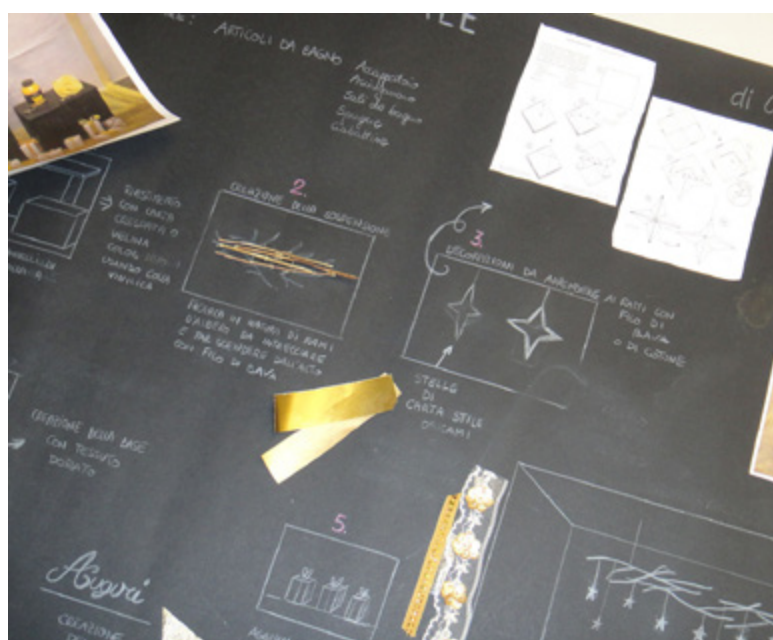




Il visual merchandiser è il professionista che progetta e allestisce spazi commerciali capaci di attirare l'attenzione, raccontare un prodotto e guidare il comportamento d'acquisto. Attraverso il corso di Visual Merchandising di Istituti Verona acquisirai le competenze necessarie per trasformare vetrine, interni di negozi e stand fieristici in strumenti efficaci di comunicazione visiva.

Il percorso affronta lo studio del colore, della composizione degli spazi, dell'illuminazione e delle strategie espositive, analizzando il loro impatto sulla percezione del cliente. Imparerai a progettare allestimenti coerenti con l'identità del brand e con il target di riferimento, sviluppando un approccio creativo fondato su solide basi tecniche e strategiche.

Dal 1996, Istituti Verona Moda & Design forma professionisti nei settori moda e arredamento, offrendo percorsi di specializzazione che uniscono creatività, tecnica e competenze pratiche. In oltre venticinque anni di attività abbiamo formato migliaia di studenti, costruendo relazioni solide con aziende e professionisti del settore e diventando un punto di riferimento per chi vuole trasformare la propria passione in una professione.



La nostra sede si trova nel centro storico di Verona, una città unica dove storia, cultura e innovazione convivono.

Facilmente raggiungibile da tutta Italia Verona è il luogo ideale per chi desidera formarsi in un contesto stimolante e dinamico.

Tra piazze rinascimentali, resti romani, scorci shakespeariani e atmosfere vivaci, la città diventa fonte d'ispirazione continua per chi studia moda, design e comunicazione. Qui, ogni strada e ogni dettaglio raccontano storie da osservare, interpretare e trasformare in creatività.



CORSO VISUAL MERCHANDISING

Informazioni generali

ISTITUTI VERONA

MODA & DESIGN

ORARIO LEZIONI - 90 ORE

Lunedì	Martedì	Mercoledì	Giovedì	Venerdì	Sabato
20.00-23.00	-	-	-	-	-

LA STRUTTURA DEL CORSO

Il corso di Visual Merchandising di Istituti Verona offre un percorso formativo completo che guida dalla teoria alla pratica, fornendo un metodo progettuale solido per ideare e realizzare vetrine e punti vendita efficaci. Attraverso lo studio della comunicazione visiva, dello spazio e dell'illuminazione, e grazie a un approccio che integra esercitazioni e progettazione, il corso prepara a sviluppare allestimenti coerenti, funzionali e orientati all'esperienza del cliente e alla vendita.

A CHI SI RIVOLGE

Il corso è pensato per chi ama comunicare attraverso colori, oggetti e spazi, e desidera trasformare questa passione in una competenza professionale.

È adatto sia a chi si avvicina per la prima volta al mondo del visual merchandising, sia a chi opera già in ambito commerciale, retail o creativo e vuole approfondire le tecniche di allestimento e comunicazione visiva.

SBOCCHI PROFESSIONALI

Al termine del corso, il diploma di specializzazione consente di operare in diversi contesti professionali: negozi di abbigliamento e alta moda, grande distribuzione, showroom, profumerie, fiere ed eventi. La figura del visual merchandiser è oggi fondamentale in ogni punto vendita, e molti professionisti scelgono nel tempo di intraprendere la libera professione o collaborazioni freelance con brand e aziende.

Un percorso formativo pensato per sviluppare competenze concrete e immediatamente spendibili nel mondo del lavoro.

ESAME FINALE

Al termine del corso otterrai un diploma di specializzazione riconosciuto nel settore, che ti permetterà di collaborare con negozi, showroom, brand e agenzie di allestimento oppure intraprendere un percorso professionale come visual merchandiser freelance.

DOCENTI

I docenti del corso sono professionisti attivi nel settore del visual merchandising e della comunicazione visiva. La loro esperienza diretta garantisce una formazione aggiornata, concreta e orientata al mercato, permettendo agli studenti di confrontarsi con metodologie e dinamiche reali del mondo del lavoro.

Chi è il visual merchandiser?

Il visual merchandiser è una figura capace di interpretare prodotti, brand e comportamenti d'acquisto, trasformandoli in allestimenti visivi coerenti, attrattivi e strategicamente progettati.

ISTITUTI VERONA

MODA & DESIGN

Via San Michele alla Porta 3
istitutiverona.com

M info@istitutiverona.com
C +39 334 7395218
T +39 045 8003723

P.IVA 02707770232
C.F. PSQ RTI 51T44 M172B

1. Presentazione e nozioni di base

Il corso insegna l'arte di distribuire i prodotti all'interno di un negozio fisico e a come esporre gli stessi verso chi osserva dall'esterno. Vengono insegnate le opportune strategie di comunicazione visiva per ogni genere di negozio o di esposizione. Particolare attenzione viene dedicata ai valori cromatici e al target del cliente.

Presentazione del lavoro di Visual Merchandiser

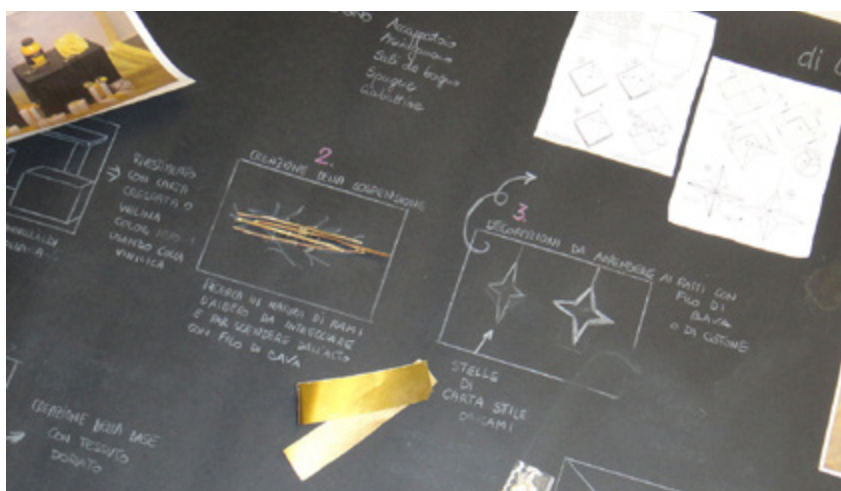
Presentazione del lavoro di Vetrinista

Strategia e creatività

Dal piccolo negozio al fast fashion:
i formati distributivi

T.T.M. (trend, target, monitoraggio)

Il colore e i suoi significati



2. Dalla vetrina al punto vendita – il comportamento del consumatore

Il modulo approfondisce il comportamento del consumatore e il modo in cui percepisce la vetrina e gli spazi interni del punto vendita. Vengono analizzate le diverse tipologie di pubblico, i meccanismi di attenzione e il ruolo dei sensi nella scelta d'acquisto, fornendo gli strumenti per progettare allestimenti coerenti con il target e capaci di guidare il cliente dall'esterno verso l'interno del negozio.

Tipologia di consumatori

La percezione: i 5 sensi

Il consumatore trasversale



3. Vetrina

Questa fase del corso è finalizzata alla presentazione di un progetto. Per questo motivo è necessario conoscere gli effetti che una vetrina esercita sul pubblico esterno. Fondamentale, dunque, è sapere disegnare una vetrina e commentarne le finalità. Durante il corso vengono realizzate vetrine reali per mettere in pratica gli insegnamenti acquisiti.

La vetrina come strumento di comunicazione

Comportamento di un consumatore

Supporto per esposizione

Struttura e tipo di vetrine

I punti focali

Il disegno e il rilievo di una vetrina

Fondale

Funzione

Come presentare un progetto vetrina

Esercitazioni pratiche



4. Illuminotecnica

Come il sole illumina la vita di ogni giorno, così le fonti luminose sono essenziali per dare vita a una vetrina. Luci e ombre mettono in risalto gli oggetti esposti, attirando l'attenzione dall'esterno verso l'interno.

Importanza della luce in vetrina

Distribuzione della luce

Tecniche delle luci e delle ombre

Movimenti luminosi ed effetti speciali

Importanza della luce in negozio



5. Il punto vendita

I diversi punti vendita devono essere organizzati per le finalità per le quali sono costituiti. Si passa quindi dalla esposizione di prodotti da deporre in un carrello, a quella di prodotti venduti con la mediazione di un commesso. La progettazione sarà differente, per ogni sua parte, dall'ingresso agli interni.

La progettazione di un punto vendita

L'ingresso

L'interno

Il layout

Vendita assistita e vendita visiva

Corner espositivo o isola promozionale



6. Software

Attraverso l'utilizzo di software specifici lo studente impara a sviluppare e presentare il proprio progetto di allestimento. Con SketchUp realizza modelli tridimensionali di vetrine e punti vendita, mentre con Photoshop approfondisce la composizione visiva inserendo prodotti e capi all'interno delle simulazioni. Il progetto viene infine organizzato e presentato attraverso slide con Canva.

Sketchup

Photoshop

Canva

