NEW FASHION ITALIA
SCUOLA E AGENZIA DI MODA

PROGRAMMA CORSO DI VETRINISTA

- **PSICOLOGIA DI VENDITA** : MARKETING
  Bisogno - desiderio - necessità del consumatore
- **TECNICHE DI VENDITA** : Come e perché in base al singolo soggetto e al proprio modo di essere
- **CONCLUSIONE DELLA VENDITA** :
- **ANALISI DELLA VETRINA** : I vari tipi di vetrina - Definizione delle parti componenti la vetrina e sue origini
- **IMMAGINE COMMERCIALE** : Scopi e finalità - Zone di interesse.
- **DISPLAY (definizione)** : Luce - Volume - Spazio- Percentuali d'interesse - Il triangolo.
- **IL COLORE** : Materia-composizione - Studio del colore :caldi, freddi, derivanti
  La funzione del colore nella vetrina
- **DISPLAY GEOMETRICO** : Sovrapposizione - Esposizione su schede comprendenti ogni minima regola dei precedenti studi - Verifica.
- **ILLUMINAZIONE** : Diffusori e concentrazione - Gli spot - Le lampade a fluorescenza.
- **ATTREZZATURA DELLA VETRINA** Filo, oggetti, portanti, manichini - Studio di nuove strutture
  Ricerche dei più importanti punti di vendita : dove. come, perché.
- **VARI TIPI D'ESPOSIZIONE** : Esigenze dei singoli punti di vendita - Le stagioni - Vendite promozionali - Saldi - I prezzi

ESERCITAZIONI PRATICHE

- **ELEMENTI DECORATIVI** : Vetrine abbigliamento - Strutture preparate da ogni singolo e proposte in classe - Preparazione piccola oggettistica con materiali vari.
- **VERIFICA DELLE PRECEDENTI NOZIONI A LIVELLO PERSONALE** Situazioni critiche all'atto della vendita (prima parte)
  Situazioni critiche al principio di un rapporto lavorativo

STUDIO DELLE VETRINE DEI PUNTI VENDITA PIU' IMPORTANTI DELLA NOSTRA CITTA'
ESEMPI DELLE DIVERSITA' RISCONTRATE (in classe) COME E PERCHE'
POSSIBILI ESERCITAZIONI ESTERNE IN BASE ALLA PREPARAZIONE ED ALLA CAPACITA' DELL'ALUNNO