El Consejo Social de la Universidad Pablo de Olavide en colaboración con IKEA presentan el curso:

Retail Marketing y diseño de espacios comerciales IKEA

Universidad Pablo de Olavide Sevilla | Consejo Social

IKEA

Información de Interés

Curso 25 horas y 1 ECTS:
Retail Marketing y diseño de espacios comerciales IKEA

Lugar: Sede Universitaria Olavide en Sevilla – Centro C/ Laraña 4, 2ª planta

Inscripción: csocial@upo.es

Horario: 9:00 h a 14:30 h

Fecha: Del 12 al 27 de Mayo

UNIVERSIDAD PABLO DE OLAVIDE SEVILLA | Consejo Social

IKEA

Objetivos

A través del curso que presentamos, el alumnado del curso conseguirá:

- Dar a conocer la marca IKEA para ser capaz de diseñar e implementar un proyecto de marketing unido al interiorismo comercial, aprendiendo a analizar los estudios y datos de los clientes para saber después volcarlos a los espacios comerciales.

- Conocer cómo implementar y trasladar la marca IKEA a un espacio, o a cualquier otra marca.

- Entender (y poder llegar a crear) los espacios y escaparates que serán capaces de marcar tendencias y llamar la atención del consumidor.

- Adquirir conocimientos necesarios para analizar los aspectos históricos y sociológicos relacionados con el mundo el diseño, del visual merchandising y del interiorismo comercial.

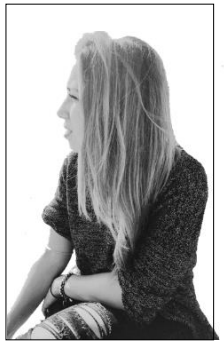
Ponentes

María Broto - Interior Design & Marketing

María es arquitecta por la ETSAB Barcelona y máster en *Diseño y producción de espacios expositivos e interiores*, por la UPC. Completó sus estudios con una estancia de un año en la Universitá degli Studi di Firenze y otro año en la ETSAS de Sevilla.
En su etapa profesional ha trabajado en Madrid y Barcelona, descatando su aprendizaje del mundo museográfico en el estudio JM & Asociados, desarrollando proyectos para el Museo del Prado, ARCO Madrid y Palacio Real, entre otros. Desde 2015 trabaja en IKEA, primero en Málaga como especialista en interiorismo y formadora, y ahora en Sevilla como interiorista responsable de Home Furnishing y formación.
Le apasiona el mundo del diseño, las personas y la comunicación.

Josefa Prieto – Shop Design

Estudió Filología italiana porque soñaba que sería escritora o crítica literaria. A su vez empezó en IKEA para pagar sus estudios unversitarios en el departamento de ventas en el 2005: Dormitorios (Sevilla), Autoservicio y Calendario comercial (Jerez) y pasó al departamento de diseño en Jerez. Desde el 2017 desempeña el rol de Visual merchandiser en la tienda de Sevilla a la que regresó en 2017.
Ha desarrollado proyectos tanto a nivel nacional como internacional, algunos de los que más orgullosa se siente son: CookShop New concept (Spain), 20 Aniversario de IKEA (Spain), IKEA Sheffield (England), Launch 4 IOS (Sweden).
Sigue trabajando dentro de los departamentos más inspiradores que tiene IKEA desde el cual podemos ayudar a mejorar el día a día a cada una de las personas que nos visitan.



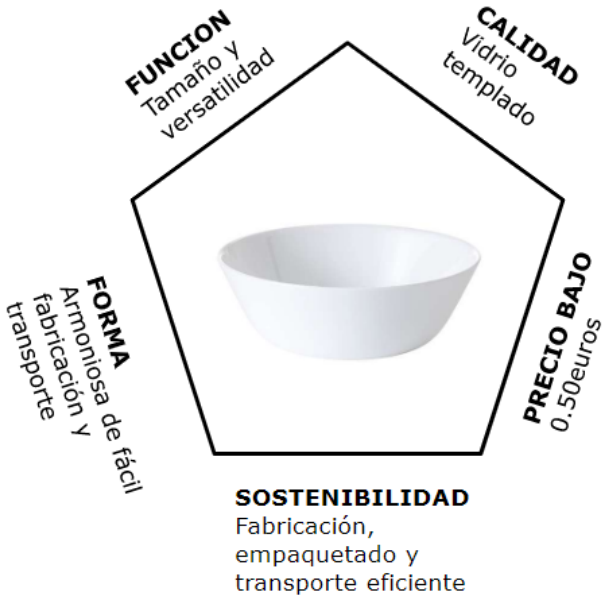
Pilar Sebastián – Interior Design

Estudió Arquitectura Técnica en la Universidad de Sevilla y posteriormente un Master en Formación para el profesorado en la Universidad Isabel I. Comenzó trabajando como especialista en Interiorismo en un Estudio de Arquitectura en Badajoz.
“La Arquitectura Interior es un mundo que siempre me ha apasionado. Tras mis inicios laborales en el Estudio, decidí trabajar por cuenta propia realizando el diseño de espacios comerciales, como una Joyería Cristian Lay en Qatar. Me convertí en una fiel seguidora de Interioristas tanto a nivel nacional, como internacional, y absorbiendo todo el conocimiento posible gracias a sus cursos y masterclases. Finalmente tras redefinir mi carrera, encontré la oportunidad de trabajar como especialista en IKEA Sevilla. Actualmente soy responsable de un área de Showroom, donde muestro soluciones inspiradoras que ayuden a crear un mejor día a día a las personas.”

Contenido

1. Las raíces de IKEA. Identidad e imagen corporativa

- Concepto y valores
- Propósito de marca
- El diseño democrático
- La historia del diseño y de nuestra manera de vivir
- Práctica



Contenido

2. Retail marketing, del cliente target al espacio comercial

- Retail marketing y experiencia de cliente
- Targets, LTP y estilos IKEA
- Estacionalidad en el retail
- Práctica

Contenido

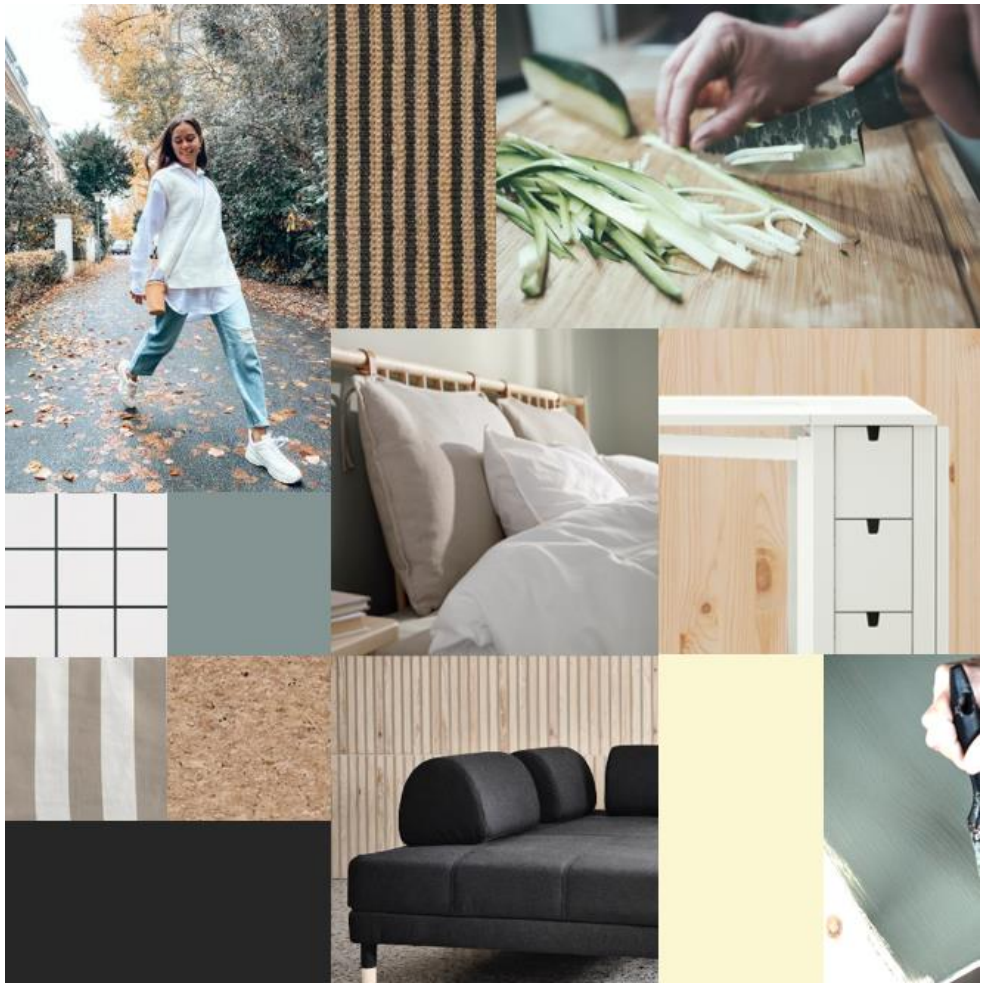
3. HF&RD o por qué IKEA es IKEA. Shop Design

- Home Furnishing & Retail Design. La inspiración como concepto
- Shop design
- Práctica

Contenido

4. Mercado local & Interior Design

- Nuestro PMA & mercado local
- Interior design
- Práctica



Consejo Social de la Universidad Pablo de Olavide en colaboración con IKEA

Retail Marketing y diseño de espacios comerciales IKEA

Universidad Pablo de Olavide Sevilla | Consejo Social

IKEA