



UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA



FICHA DE COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO: -	COMPONENTE CURRICULAR: Visual Merchandising	
UNIDADE ACADÊMICA OFERTANTE: Faculdade de Arquitetura e Urbanismo e Design		SIGLA: FAUED
CH TOTAL TEÓRICA: 15 horas	CH TOTAL PRÁTICA: 30 horas	CH TOTAL: 45 horas

1. **OBJETIVOS**

Introduzir o aluno aos conceitos e processos do Visual Merchandising, capacitando-o para compreender e projetar lojas, vitrines e quaisquer outros pontos de venda (PDV) de produtos a partir do eixo transversal que contempla conhecimentos das áreas de design, arquitetura, comunicação e marketing. Capacitar o aluno para desenvolver estratégias efetivas e plásticas de Visual Merchandising, por meio de estudos de caso e propostas de projeto.

2. **EMENTA**

Análise crítica, processos e práticas do Visual Merchandising. Projetos de Visual Merchandising de espaços comerciais. Design emocional. Branding, experiência e comportamento de usuário. Ponto de venda (PDV) e identidade de marca.

3. **PROGRAMA**

1. Processos e práticas do Visual Merchandising (VM): design, arquitetura, comunicação e marketing. Estudo e análise crítica dos eixos que compõem o VM: estratégias e organização de ofertas, gestão, sedução e comunicação.
2. Princípios e estratégias do Visual Merchandising.
3. Princípios básicos do design de um PDV: linha, composição, textura, cor, iluminação e identidade de marca;
4. Princípios do planejamento de espaço: análise do espaço arquitetônico e formatos de varejo; hierarquia e layouts do espaço; circulação e o caminho do cliente;
5. Apresentação do produto: vitrinas de varejo; manequins; seleção dos produtos; cenários; expositores

4. **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

MAIER, Huguette; DEMETRESCO, Sylvia. **Vitrinas entre_vistas: merchandising visual**. Sao Paulo: Ed. SENAC Sao Paulo, 2009.

MORGAN, Tony. **Visual merchandising: vitrines e interiores comerciais**. Barcelona: G. Gili, 2011/2017.

REGAMEY, Rita. **Tipologia e estética do visual merchandising**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2012.

5. BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BAILEY, Sarah; BAKER, Jonathan. **Moda e visual merchandising**. São Paulo: Ed. Gustavo Gili, 2014.

DEMETRESCO, Sylvia. **Vitrina: construção de encenações**. 6. ed. São Paulo: Ed. SENAC São Paulo, 2016.

GUILLERMO, Alvaro. **Branding: design e estratégias de marcas**. São Paulo: Demais, 2012.

NORMAN, Donald. **Design Emocional: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia**. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

SOLOMON, Michael. **O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo**. São Paulo: Bookman, 2011.

6. APROVAÇÃO

Cristiane Pereira de Alcântara
Coordenadora do Curso de Graduação em
Design

Juliano Carlos Cecílio Batista Oliveira
Diretor da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo e
Design



Documento assinado eletronicamente por **Juliano Carlos Cecilio Batista Oliveira, Diretor(a)**, em 18/05/2022, às 10:55, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Cristiane Pereira de Alcântara, Coordenador(a)**, em 18/05/2022, às 14:33, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://www.sei.ufu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **3608534** e o código CRC **8C6E8877**.