

VİTRİN TASARIMI MASTER CLASS

(Profesyonel Gelişim Programı)

PROGRAM İÇERİKLERİ:

Çizgi Egzersizleri

Leke Egzersizleri

Kolaj Giriş

Perspektif Temelleri

Oran ve Ölçek

Vitrin Eskizleri

Kolaj Çalışması I: Kes–Yerleştir

Kolaj Çalışması II: Marker ve Çizimle Tamamlama

Tipografi ile İfade

Vitrin Kavramı ve Perakendedeki Rolü

Vitrin Tasarımının Tarihsel Gelişimi

Farklı Dönem Trendleri

Dünya Markalarından İkonik Örnekler

Çağdaş Sanatçı İş Birlikleri

Görsel Algı ve Kompozisyon

Renk Teorisi ve Psikolojisi

Form, Denge, Ritim, Hiyerarşi

Tipografi ve Işık–Gölge Etkisi

Marka Değerleri ve Kimlik Analizi

Storytelling Teknikleri

Kurumsal Kimlik ile Vitrin Uyumunu

Sezon Kampanyaları ve Örnek Analizler

Saha Ziyareti - Hazırlık ve Analiz

AVM Saha Gezisi

Mağaza Vitrin Gözlemleri

Ekip Yönetimi

Fiziksel & Dijital Sunum Teknikleri

Geri Bildirim Süreçleri

Malzeme Türleri

Kumaş ve Doku Kullanımı

Fiberglass Uygulamaları

Üretim ve Montaj Teknikleri

Sürdürülebilir Alternatifler

Aydınlatma - Işığın Görsel Etkileri

Işık Kaynakları ve Çeşitleri

Doğrudan, Dolaylı ve Vurgu Işık

Gölge ve Kontrast Kullanımı

Sadece Işık ile Vitrin Tasarımları

Araştırma ve İlham Toplama

Moodboard Hazırlama

Hikâye Kurgusu

Eskiz ve Teknik Çizim Yöntemleri

Dijital Araçlara Giriş

Eskizden Dijitale Geçiş

3D Modelleme ve Render Mantiğı

Malzeme, Renk ve Form Kararları

Konseptin Uygulanabilirlik Analizi

Bütçe Planı

Zaman Çizelgesi

Tedarik Zinciri Yönetimi

Montaj–Demontaj Planı

Bakım ve Güncelleme

Portfolyo Mantiğı ve Yapısı

Portfolyo İçerik Seçimi

CV & LinkedIn Kreatif Dokunuşlar

İş Görüşmesi Sunum Teknikleri

Mini Portfolyo Hazırlama

Sunum Provası

Final Proje Geliştirme

Proje Hikâyeleştirme

Sunum Dosyası Tasarımı

Sunum İçeriğini Netleştirme

Sunum Provası ve Hazırlık

Plan Nedir?

Plan Okuma Temelleri

İdeal Vitrin Ölçüleri

Vitrin Tasarım Tipleri

Layout, Çizim Uygulamaları

Kesit Nedir?

Görünüş Nedir?

Kesit ve Görünüş Oluşturma Teknikleri

Kesit – Görünüş Çizim Uygulamaları

İç Mimarinin Tanımı ve Kapsamı

Vitrin Tasarımının Perakendedeki Rolü

İç Mimari ile Vitrin Tasarımı Bağlantıları

Görsel Algı ve Müşteri Psikolojisi

Marka Kimliğinin Vitrin Mimarisine Yansıması

Dünya Markaları Örneklemleri

Kompozisyon ve Denge

Işık Kullanımı

Renk Kullanımı

Dünya Markaları Vitrin İncelemeleri

Vitrin Eskiz Uygulamaları

Açık, Kapalı, Yarı Açık Vitrinler

Dekoratif Unsurlar, Fon, Zemin & Aksesuar

Cephe & Vitrin Tasarım İlişkisi

Malzeme Seçimleri (Moodboard)

Sürdürülebilir Vitrinler

Dijital Vitrin ve Öğeler

Pop-up Store İncelemeleri

Flagship Store İncelemeleri

Department Store İncelemeleri

Concept Store İncelemeleri

Outlet Store İncelemeleri

Mimari Tasarım Trendleri (Minimal, Luxury vb.)

Nöropazarlamaya Giriş

Nöropazarlama Nedir?

Geleneksel vs. Nöropazarlama Araştırmaları

Görsel Mağazacılıkta Ölçüm Teknikleri

Beynin Bölümleri ve Çalışma Prensipleri

Sistem 1 & Sistem 2 Karar Mekanizması

Dopamin, Serotonin, Oksitosin ve Satın Alma

Kadın-Erkek Beyni Farkları

Aşk, Kimyasallar ve Marka Bağlılığı

Zihinsel Kısayollar ve Algı

5 Adımda İlkel Beynin İlgisini Çekmek

5 Duyunun Mağazacılıkta Kullanımı

Beyin Dostu Görsel Tasarım

Ayna Nöronlar ve Empati

Deneyimsel Pazarlama

Nöro Hikâyeleştirme

İknanın 6 İlkesi

Nöropazarlamada Kültürel Kodlar

İçerik Üretiminde Nöropazarlama

Renklerin Evrensel ve Kültürel Kodları

Renklerin Psikolojik Etkisi

Trend ve Pantone Entegrasyonu

Stil Kodları ve Renk Kullanımı

Renk Teorisi

Renk Harmonisi

Renk Kombinleme Sanatı

60-30-10 Kuralı

Renklerin Vitrine Entegrasyonu

Evrensel Stil Kodları

Stil Kodlarının Çözümlemesi

Stil Kodlarının Vitrine Yansıması

Doku & Desen Terminolojisi

Doku & Desen Kombinleme

Stil Kodlarına Göre Desen Seçimi

Vitrine Yansıyan Örnekler

Lüks & Premium Tanımı

Lüksü Algılamada Ortak Unsurlar

Kültürel ve Psikolojik Açıdan Lüks

Kişisel ve Deneyimsel Lüks

Dünya'da ve Türkiye'de Lüks Trendi

Milenyum Kuşağı Lüks Algısı

Küresel Lüks Markalar

İnovatif Vitrin Tasarımları

AVM Sektöründe Lüks Yatırımlar

Lüks Hizmet Hikâyeleri

Lüksün Kodu Pazar Araştırması

Lüks Müşterisini Dinlemek

Lüksün DNA'sı

Lüks Müşterisi Kimdir?

Saf Lüks ve Sessiz Lüks

Lüks Markalarda Pazarlama Karması

Arzu Edilir Lüksün 3 Ateşleyeni

Lüksün 2025 Trendleri

Görsel Düzenleme Nedir?

Vitrin Sunum Teknikleri

Görsel İletişim ve Vitrin

Vitrin Düzenleme ve Vitrin Tasarımı arasındaki fark

Manken Sunumu ve Styling

Renk kombini

Dijitalleşmenin Gücü

Yapay Zekâ ve İçerik üretmek

Lüks Markalar ve Vitrinleri

Sektörel söyleşi

Saha Ziyareti

Vitrin Yorumlama

Styling uygulama

Marka–Ürün Kavramı

Marka Kimliği

Mağaza Vitrinlerine Yansıması

Marka Hikayesi

Marka Kişiliği

Marka Denklığı

Marka İmajı

Marka Değeri

Marka İletişimi

Perakende Marka Yaratma Pratiğı

Vitrin Tasarımı Master Class Programı: 6 Ay (153 saat)

Sertifika programı sonunda öğrenciler, verilen yönergelerle göre prototip vitrin tasarımı yapacak ve tasarımlarını jüriye sunarak mezuniyetlerini tamamlayacaklardır.

*** Bu programda sertifika alabilmek için en az %80 devam zorunluluğı bulunmaktadır.

*** Katılımcıların sınıf içi uygulamalı çalışmalara ve pratiklere aktif olarak katılmaları gerekmektedir.

Uygulamalara katılım, edinilen bilgilerin pekiştirilmesi ve programın hedeflerine ulaşması açısından zorunludur.

*Belirtilen koşulları yerine getiren katılımcılara program sonunda **SERTİFİKA** verilecektir.