



Masters Profesionales

Master en Escaparatismo y Visual Merchandising: Retail Design + 5
Créditos ECTS



INESEM
BUSINESS SCHOOL

INESEM BUSINESS SCHOOL

Índice

Master en Escaparatismo y Visual Merchandising: Retail Design + 5 Créditos ECTS

1. Sobre Inesem
2. Master en Escaparatismo y Visual Merchandising: Retail Design + 5 Créditos ECTS

[Descripción](#) / [Para que te prepara](#) / [Salidas Laborales](#) / [Resumen](#) / [A quién va dirigido](#) /

[Objetivos](#)

3. Programa académico
4. Metodología de Enseñanza
5. ¿Porqué elegir Inesem?
6. Orientacion
7. Financiación y Becas

SOBRE INESEM

BUSINESS SCHOOL



INESEM Business School como Escuela de Negocios Online tiene por objetivo desde su nacimiento trabajar para fomentar y contribuir al desarrollo profesional y personal de sus alumnos. Promovemos ***una enseñanza multidisciplinar e integrada***, mediante la aplicación de ***metodologías innovadoras de aprendizaje*** que faciliten la interiorización de conocimientos para una aplicación práctica orientada al cumplimiento de los objetivos de nuestros itinerarios formativos.

En definitiva, en INESEM queremos ser el lugar donde te gustaría desarrollar y mejorar tu carrera profesional. ***Porque sabemos que la clave del éxito en el mercado es la "Formación Práctica" que permita superar los retos que deben de afrontar los profesionales del futuro.***



Master en Escaparatismo y Visual Merchandising: Retail Design + 5 Créditos ECTS



DURACIÓN	1500
PRECIO	1795 €
CRÉDITOS ECTS	5
MODALIDAD	Online

Entidad impartidora:



INESEM
BUSINESS SCHOOL

Programa de Becas / Financiación 100% Sin Intereses

Titulación Masters Profesionales

Doble titulación:

- Título Propio Master en Escaparatismo y Visual Merchandising: Retail Design expedido por el Instituto Europeo de Estudios Empresariales (INESEM). "Enseñanza no oficial y no conducente a la obtención de un título con carácter oficial o certificado de profesionalidad."
- Título Propio Universitario en Design Thinking expedido por la Universidad Antonio de Nebrija con 5 créditos ECTS

Resumen

Este máster aporta los conocimientos requeridos para desenvolverse de forma profesional en el entorno de la moda y el diseño, un mundo que está en constante cambio y crecimiento y que por tanto requiere de profesionales que cuenten con conocimientos actualizados sobre las últimas tendencias aplicables al mundo de la moda, que sepan aplicar metodologías innovadoras como el Design Thinking, o que sepan desarrollar un plan de marketing. INESEM es la garantía de éxito de este proceso de adquisición de conocimientos y habilidades con el que obtendrás una especialización profesional en este ámbito.

A quién va dirigido

El personal cualificado en el ámbito de las ciencias económicas y empresariales, en los que se incluyen mercadólogos, administradores y directores de empresas, entre otros, son los principales beneficiarios del Master en Escaparatismo y Visual Merchandising. Asimismo, está orientado a cualquier profesional que desee especializarse en retail desing.

Objetivos

Con el Masters Profesionales **Master en Escaparatismo y Visual Merchandising: Retail Design + 5 Créditos ECTS** usted alcanzará los siguientes objetivos:

- Conocer las funciones y programas informáticos específicos para el diseño de moda.
- Comprender el coaching como ayuda al liderazgo de la empresa.
- Estudiar las estrategias existentes en el sector retail.
- Realizar retail marketing en comercio electrónico y marketplaces.
- Conocer las principales estrategias de gestión de marca y branding.
- Comprender la metodología del sistema coolhunting.
- Llevar a cabo el diseño y montaje del escaparate comercial.





¿Y, después?

Para qué te prepara

El Master en Escaparatismo y Visual Merchandising proporciona al alumnado los conocimientos necesarios para su correcta introducción en la evolución del diseño de la moda. Del mismo modo será introducido en retail marketing, desde sus principales estrategias, hasta el marketing en el punto de venta. Además, estudiará el montaje y diseño de escaparates. Por último conocerá la figura del coolhunting y comprenderá el proceso de design think.

Salidas Laborales

Tras la correcta finalización del Master en Escaparatismo y Visual Merchandising, el alumnado podrá desempeñar su actividad como Retail Manager. Del mismo modo conseguirá ocupar otros puestos como Escaparatista, Asesor Comercial Showroom, Visual Merchandiser, Diseñador Freelance, Experto en Marketing de Moda, Coolhunting, Designer Thinking, entre otros.

¿Por qué elegir INESEM?

El alumno es el protagonista

01

Nuestro modelo de aprendizaje se adapta a las necesidades del alumno, quién decide cómo realizar el proceso de aprendizaje a través de itinerarios formativos que permiten trabajar de forma autónoma y flexible.



Innovación y Calidad

Ofrecemos un servicio de orientación profesional y programas de entrenamiento de competencias con el que ayudamos a nuestros alumnos a crear y optimizar su perfil profesional.



02

Empleabilidad y desarrollo profesional

03

Ofrecemos el contenido más actual y novedoso, respondiendo a la realidad empresarial y al entorno cambiante con una alta rigurosidad académica combinada con formación práctica.



INESEM Orienta

Ofrecemos una asistencia complementaria y personalizada que impulsa la carrera de nuestros alumnos a través de nuestro Servicio de Orientación de Carrera Profesional permitiendo la mejora de competencias profesionales mediante programas específicos.

04

Facilidades Económicas y Financieras

05

Ofrecemos a nuestros alumnos facilidades para la realización del pago de matrículas 100% sin intereses así como un sistema de Becas para facilitar el acceso a nuestra formación.



Módulo 1. La moda en la historia
Módulo 2. Evolución del diseño de moda
Módulo 3. Técnicas del diseño de moda
Módulo 4. Dirección de empresas de moda
Módulo 5. Marketing de la moda: experto en marketing retail
Módulo 6. Branding y gestión de marca
Módulo 7. Coolhunting
Módulo 8. Design thinking
Módulo 9. Montaje y diseño de escaparates
Módulo 10. Proyecto fin de máster

Módulo 1.

La moda en la historia

Unidad didáctica 1.

Prehistoria y edad antigua

1. Prehistoria
2. Mesopotamia: sumerios, babilonios y asirios, persas y medos
3. Egipto
4. Creta: civilización minoica
5. Grecia
6. Etruria
7. Roma
8. Imperio Bizantino

Unidad didáctica 2.

Edad media y renacimiento barroco y rococó

1. Edad Media y Renacimiento
2. Barroco y Rococó

Unidad didáctica 3.

Siglo xix y siglo xx

1. Siglo XIX
2. Introducción al siglo XX

Unidad didáctica 4.

Iconos de la moda y diseñadores del siglo xx

1. Iconos de la moda del siglo XX
2. Diseñadores de Moda del Siglo XX

Módulo 2.

Evolución del diseño de moda

Unidad didáctica 1.

Historia de la moda

- 1. Teoría de la moda
- 2. El diseñador y las tendencias
- 3. La moda internacional
- 4. La moda española
- 5. Revistas y prensa especializada

Unidad didáctica 2.

La indumentaria y su repercusión en la imagen personal

- 1. Canon de belleza: concepto y evolución
- 2. Proporciones idealizadas de la figura humana
- 3. Medidas antropométricas
- 4. Medidas antropométricas para un estudio de asesoría de vestuario
- 5. Automedición de las proporciones corporales

Unidad didáctica 3.

Estilismo en el vestir

- 1. Concepto de estilismo
- 2. Conceptos básicos sobre el estilismo en el vestir
- 3. Materiales y tejidos

Unidad didáctica 4.

Estilismo y tendencias en la moda

- 1. Introducción a las tendencias
- 2. Música: artistas que marcan estilo
- 3. Arte: principales inspiraciones y ejemplos
- 4. El fenómeno blogger
- 5. El cine como generador de estilo
- 6. Webs de referencia
- 7. Cómo analizar los desfiles
- 8. Cómo buscar en las redes sociales
- 9. Libros de tendencias
- 10. Siluetas destacadas
- 11. Calendario de la moda
- 12. Conocimiento de los ciclos en la moda
- 13. Fotografía

Unidad didáctica 5.

Diseño de moda

- 1. Dibujo de moda Dibujo de figurín
- 2. Marketing en la moda

Módulo 3.

Técnicas del diseño de moda

Unidad didáctica 1.

Preparación y diseño de colecciones

- 1. Introducción al proceso de creación
- 2. Fase de ideación
- 3. Fase de creación técnica
- 4. Patronaje
- 5. Creación, diseño y patronaje
- 6. Corte y confección
- 7. Presentación y difusión de la colección

Unidad didáctica 2.

Funciones y programas informáticos de diseño de moda

- 1. Conceptos generales de Diseño de moda
- 2. Concepción de las diferentes fases del proceso de diseño
- 3. Introducción al sistema operativo y periféricos

Unidad didáctica 3.

Técnicas de confección de patrones

- 1. Concepto de proyecto de moda
- 2. Planificación de las fases de un encargo
- 3. Conceptos generales de Diseño de Moda
- 4. Técnicas de patrón
- 5. Tipología de medidas
- 6. Técnicas de obtención de información
- 7. Técnicas de presentación del proyecto

Unidad didáctica 4.

Técnicas de patrón, modelo y escalado

- 1. Fases del proyecto
- 2. Descripción del proceso de patronaje
- 3. Ficha técnica

Unidad didáctica 5.

Procesos de fabricación de diseño de moda

- 1. Tipología de proveedores de Diseño de Moda
- 2. Fases del proyecto de creación de prendas y / o accesorios
- 3. Clasificación de la documentación
- 4. Tipología de las diferentes técnicas de fabricación
- 5. Políticas medioambientales vigentes en el Diseño de Moda
- 6. Normativa de la Propiedad Intelectual en el Diseño de Moda

Módulo 4.

Dirección de empresas de moda

Unidad didáctica 1.

Proceso directivo

1. El proceso directivo.
2. Fases del proceso directivo.
3. Liderazgo.
4. Motivación.

Unidad didáctica 2.

Las funciones de la dirección

1. Introducción.
2. El contenido de los procesos de dirección.
3. La dimensión estratégica de la dirección.
4. Dimensión ejecutiva de la dirección.
5. El desarrollo de la autoridad.

Unidad didáctica 3.

Coaching como ayuda al liderazgo de empresa

1. El coaching como ayuda a la formación del liderazgo.
2. El coaching como estilo de liderazgo.
3. El coach como líder y formador de líderes.
4. Cualidades del líder que ejerce como coach.

Unidad didáctica 4.

El plan de empresa i la elaboración de un estudio de mercado

1. Introducción.
2. Utilidad del Plan de Empresa.
3. La Introducción del Plan de Empresa.
4. Descripción del negocio. Productos o servicios.
5. Estudio de mercado.

Unidad didáctica 5.

El plan de empresa ii planificación empresarial en las áreas de gestión comercial, marketing y producción

1. Plan de Marketing.
2. Plan de Producción.

Unidad didáctica 6.

El plan de empresa iii planificación y gestión de infraestructura, rrhh y recursos financieros

1. Infraestructuras.
2. Recursos Humanos.
3. Plan Financiero.
4. Valoración del riesgo. Valoración del proyecto.
5. Estructura legal. Forma jurídica.

Unidad didáctica 7.

Marketing en la moda

1. El mercado de la moda y su entorno.
2. La segmentación, el posicionamiento e investigación de mercados en la moda.
3. El consumidor del producto moda.
4. El producto de moda y marca.
5. Los precios.
6. Comunicación y promoción en la moda.
7. La distribución.
8. Marketing estratégico en la moda. La planificación estratégica.

Unidad didáctica 8.

Operaciones en la industria de la moda

1. Planificación de colecciones.
2. Modelos de negocio. La tienda Online.
3. Compras y negociación con proveedores.
4. Liquidación de stocks.

Módulo 5.

Marketing de la moda: experto en marketing retail

Unidad didáctica 1.

Introducción al retail marketing

- 1. Concepto de retail marketing
- 2. El sector en el retail marketing
- 3. Mercado del retail marketing
- 4. Tipos de consumidores

Unidad didáctica 2.

Estrategias en el sector retail

- 1. Estrategias de segmentación y posicionamiento
- 2. Estrategias competitivas
- 3. Estrategia de precio
- 4. Estrategia de producto y surtido

Unidad didáctica 3.

Staffing

- 1. Determinación de la fuerza de ventas
- 2. Liderazgo del equipo de ventas
- 3. Formación y habilidades del equipo de ventas
- 4. Motivación de la fuerza de ventas
- 5. Resolución de conflictos. Deficiencia en el servicio al cliente

Unidad didáctica 4.

Experiencia de compra, shopping experience

- 1. Gestión de la oferta: productos, servicios y marcas
- 2. Gestión de compras
- 3. Local Store Marketing
- 4. Venta asistida y negociación en el canal
- 5. Planificación y ejecución del servicio al cliente

Unidad didáctica 5.

Retail intelligence

- 1. Segmentación y posicionamiento
- 2. Retail intelligence in store
- 3. Retail intelligence out store
- 4. Big data
- 5. Geolocalización en retail

Unidad didáctica 6.

Crm en retail

- 1. El papel del crm en la empresa
- 2. La estrategia CRM
- 3. Beneficios de una estrategia de CRM en la empresa

Unidad didáctica 7.

Comercio electrónico y marketplaces

- 1. Marketing electrónico vs. Comercio Electrónico
- 2. Modelos de negocio online
- 3. Atención al cliente en el intercambio de productos vía internet
- 4. Beneficios de Internet y del Comercio Electrónico
- 5. Marketplaces

Unidad didáctica 8.

Comunicación comercial

- 1. Internet como canal de comunicación
- 2. Herramientas en Comunicación
- 3. Venta en Internet
- 4. Proceso de planificación publicitaria
- 5. Campañas online

Unidad didáctica 9.

Marketing en el punto de venta

- 1. Comunicación en el punto de venta
- 2. Publicidad y promoción en el punto de venta
- 3. Implementación del shopper marketing
- 4. Estrategias en el punto de venta
- 5. Plan de marketing en el punto de venta

Unidad didáctica 10.

Estrategias de canales

- 1. Estrategias de canales: multicanalidad, omnicanalidad y conflicto
- 2. Modelos de negocio fabricante - canal
- 3. Control del canal
- 4. Control del cliente
- 5. Cadena de comercialización
- 6. E-commerce

Módulo 6.

Branding y gestión de marca

Unidad didáctica 1.

¿qué es una marca? definición e integrantes

- 1. ¿Qué es una marca?
- 2. Personalidad y estructura de marca

Unidad didáctica 2.

El proceso de creación de la marca

- 1. La planificación estratégica
- 2. Brand equity o el valor de marca
- 3. Marcas corporativas y marcas producto

Unidad didáctica 3.

La marca y su comunicación

- 1. Métodos tradicionales
- 2. La presencia de la marca en el Medio Online
- 3. La imagen como comunicadora

Unidad didáctica 4.

Estrategias y gestión de marca

- 1. Modelo de arquitectura de marcas
- 2. El brand manager como gestor
- 3. Brand meaning management-identidad de marca
- 4. El storytelling
- 5. Branded content y prodcut placement
- 6. Personal branding - cómo crear tu propia marca
- 7. Otras manifestaciones - cool hunting, detección de insight
- 8. El packaging como motivo de compra
- 9. Merchandising o la marca convertida en producto
- 10. Servicios de información tecnológica de la OEPM

Unidad didáctica 1.

Introducción y figura del coolhunting

1. Introducción: ¿Qué es el coolhunting?
2. ¿Dónde surgió el coolhunting? Nacimiento y desarrollo.
3. Identificación de la profesión. ¿Quién puede ser coolhunter?
4. El knowmad
5. Generaciones de consumidores

Unidad didáctica 2.

Las tendencias

1. ¿Qué son las tendencias?
2. Los creadores de tendencias
3. Lugares de creación de tendencias
4. Agencias de tendencias de consumo
5. Diferenciación entre micro y macro tendencias
6. Ciclo de una tendencia

Unidad didáctica 3.

Tendencias de compra

1. Análisis de tendencias de compra
2. Tiendas on-line
3. El prosumer
4. La personalización
5. Fabricación a medida del consumidor

Unidad didáctica 4.

Metodología y sistema coolhunting

1. Identificación de tendencias
2. Método CSI
3. La Netnografía
4. Monitorizar las tendencias
5. Identificar a los trendsetter y early adopters
6. Análisis del consumidor

Unidad didáctica 5.

Coolhunting colaborativo

1. La red de coolhunters
2. Mark Granovetter: La teoría de “la fuerza de los vínculos débiles”
3. Plataformas de Coolhunting
4. Como motivar y mantener la red de coolhunters

Unidad didáctica 6.

Informe del coolhunter

1. Informe de tendencias
2. Estructura del informe de coolhunting
3. Informe visual de coolhunting
4. Presentación del informe

Unidad didáctica 1.
Creatividad

- 1. La creatividad y las ideas
- 2. Elementos de la creatividad
- 3. Tipos de creatividad y pensamiento
- 4. Habilidades creativas

Unidad didáctica 2.
Gestión de la creatividad

- 1. Desarrollo de las habilidades creativas
- 2. Barreras emocionales y cognitivas
- 3. La interrogación conduce a la creación
- 4. El uso del azar para crear ideas
- 5. Herramientas para la generación y combinación de ideas

Unidad didáctica 3.
Pensamiento creativo

- 1. Definición de pensamiento creativo
- 2. Pensamiento creativo e innovación
- 3. Principios de la innovación
- 4. Lateral Thinking

Unidad didáctica 4.
Introducción al design thinking

- 1. Concepto de Design Thinking
- 2. Historia y evolución del Design Thinking
- 3. Áreas de aplicación y potenciales beneficios

Unidad didáctica 5.
El proceso en design thinking

- 1. Creatividad y desarrollo de nuevos productos
- 2. Premisas fundamentales
- 3. El proceso de innovación

Unidad didáctica 6.
Fase de empatía, el descubrimiento

- 1. Empatía: la fase de descubrimiento
- 2. Investigación de mercado
- 3. Investigación de users
- 4. Gestión de la información
- 5. Grupos de investigación

Unidad didáctica 7.
Definición de objetivos y delimitación del proyecto

- 1. La fase de definición
- 2. Desarrollo del proyecto
- 3. Gestión del proyecto
- 4. Cierre del proyecto

Unidad didáctica 8.
Desarrollo del proyecto, idea y prototipo

- 1. El proceso de desarrollo
- 2. Trabajo multidisciplinar
- 3. Métodos de desarrollo

Unidad didáctica 9.
Testeo y entrega del proyecto

- 1. El proceso final
- 2. Testeo final
- 3. Aprobación y lanzamiento
- 4. Medición del impacto y feedback

Unidad didáctica 10.
Metodología en design thinking (i)

- 1. Stakeholders Map
- 2. Inmersión Cognitiva
- 3. Interacción constructiva
- 4. Mapa mental
- 5. Moodboard
- 6. Observación encubierta
- 7. ¿Qué, Cómo y por qué?
- 8. Entrevistas
- 9. Scamper
- 10. Visualización empática
- 11. World Café
- 12. Mapa de interacción
- 13. Personas
- 14. Mapa de empatía
- 15. How might we...?
- 16. Saturar y agrupar
- 17. Compartir y documentar historias

Unidad didáctica 11.
Metodología en design thinking (ii)

- 1. Perfil de usuario
- 2. Card Sorting
- 3. Maquetas
- 4. Mapa de ofertas
- 5. Actividades de reactivación
- 6. Brainstorming
- 7. Brainwriting
- 8. Storytelling
- 9. Consejo de sabios
- 10. Impact Mapping
- 11. Lego® Serious Play®
- 12. Flor de loto
- 13. Customer journey map

Unidad didáctica 12.
Metodología design thinking (iii)

- 1. Dibujo en grupo
- 2. Evaluación controlada
- 3. Matriz de motivaciones
- 4. Role Play
- 5. Prototipado en bruto
- 6. Prototipado en imagen
- 7. Storyboard
- 8. System Map
- 9. Casos de Uso
- 10. Prototipado de la experiencia
- 11. Prototipado del servicio
- 12. Póster
- 13. Prueba de usabilidad

Módulo 9.

Montaje y diseño de escaparates

Unidad didáctica 1.

El escaparate

- 1. Introducción
- 2. Introducción histórica del escaparate
- 3. Funciones y objetivos de un escaparate
- 4. Tipos de escaparates
- 5. El escaparate como elemento comunicador
- 6. Requisitos de un buen escaparate
- 7. ¿Qué es un escaparatista?

Unidad didáctica 2.

Principios básicos en el montaje de un escaparate

- 1. Introducción
- 2. Principios básicos de un escaparate
- 3. Características fundamentales de un escaparate
- 4. Principios de composición de un escaparate
- 5. El recorrido visual

Unidad didáctica 3.

Técnicas de composición en el escaparatismo

- 1. Introducción
- 2. Técnicas basadas en el trazado de la línea imaginaria
- 3. Técnicas basadas en la localización del punto

Unidad didáctica 4.

Composición visual del escaparate

- 1. Introducción
- 2. El color
- 3. La luz y la iluminación
- 4. Líneas, volúmenes y superficies

Unidad didáctica 5.

Elementos que intervienen en la animación de un escaparate

- 1. Elementos estructurales
- 2. Elementos de fijación
- 3. Revestimientos
- 4. Carteles
- 5. Materiales de ambientación
- 6. Elementos móviles y sistemas de animación
- 7. Elementos fijos
- 8. Elementos vivos
- 9. Maniquíes
- 10. Herramientas de trabajo en el escaparate

Unidad didáctica 6.

Pasos a seguir en el montaje de un escaparate

- 1. Introducción
- 2. La idea
- 3. El proyecto
- 4. Maqueta
- 5. Presupuesto
- 6. Tiempo de ejecución
- 7. Programación de la exposición de productos
- 8. Preparación de los productos a exponer
- 9. El montaje de los productos

Unidad didáctica 7.

Dibujo y diseño

- 1. La comunicación visual: el significado del diseño
- 2. La composición y el diseño
- 3. Dibujo artístico y dibujo técnico

Módulo 10.

Proyecto fin de máster

metodología de aprendizaje

La configuración del modelo pedagógico por el que apuesta INESEM, requiere del uso de herramientas que favorezcan la colaboración y divulgación de ideas, opiniones y la creación de redes de conocimiento más colaborativo y social donde los alumnos complementan la formación recibida a través de los canales formales establecidos.



Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno comienza su andadura en INESEM Business School a través de un campus virtual diseñado exclusivamente para desarrollar el itinerario formativo con el objetivo de mejorar su perfil profesional. El alumno debe avanzar de manera autónoma a lo largo de las diferentes unidades didácticas así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes.

El equipo docente y un tutor especializado harán un *seguimiento exhaustivo*, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

Nuestro sistema de aprendizaje se fundamenta en *cinco pilares* que facilitan el estudio y el desarrollo de competencias y aptitudes de nuestros alumnos a través de los siguientes entornos:

Secretaría

Sistema que comunica al alumno directamente con nuestro asistente virtual permitiendo realizar un seguimiento personal de todos sus trámites administrativos.

Revista Digital

Espacio de actualidad donde encontrar publicaciones relacionadas con su área de formación. Un excelente grupo de colaboradores y redactores, tanto internos como externos, que aportan una dosis de su conocimiento y experiencia a esta red colaborativa de información.

Webinars

Píldoras formativas mediante el formato audiovisual para complementar los itinerarios formativos y una práctica que acerca a nuestros alumnos a la realidad empresarial.

Campus Virtual

Entorno Personal de Aprendizaje que permite gestionar al alumno su itinerario formativo, accediendo a multitud de recursos complementarios que enriquecen el proceso formativo así como la interiorización de conocimientos gracias a una formación práctica, social y colaborativa.

Comunidad

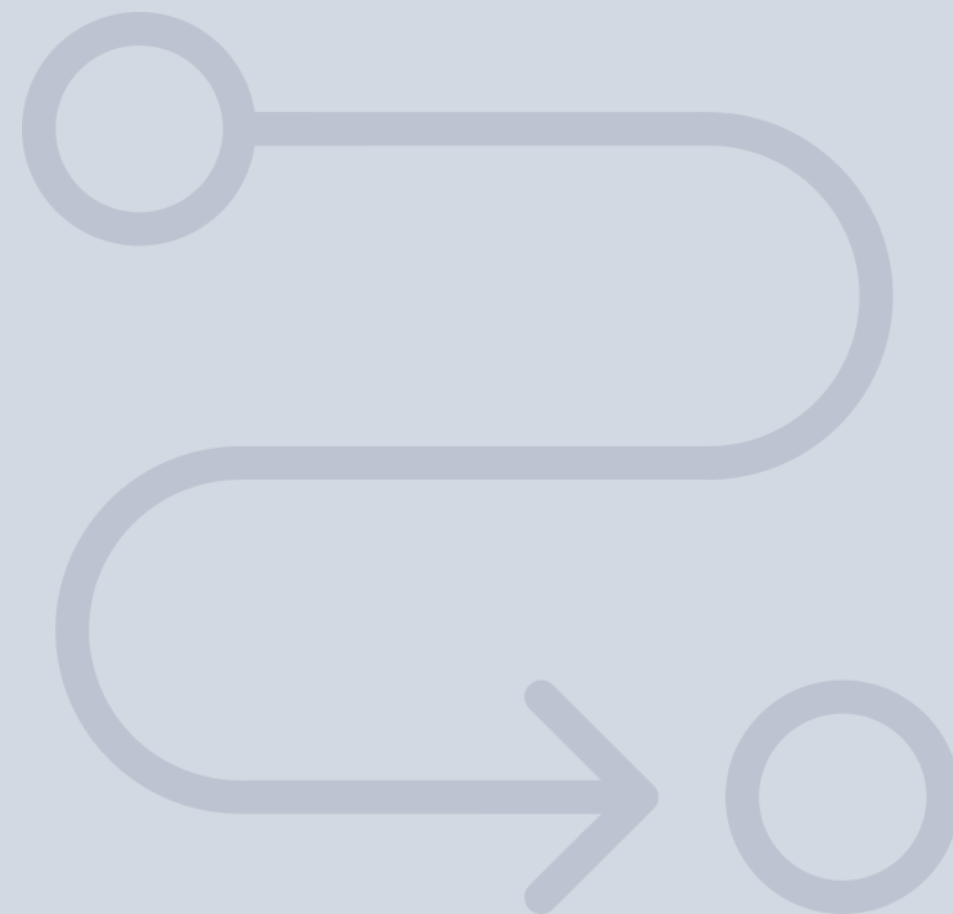
Espacio de encuentro que permite el contacto de alumnos del mismo campo para la creación de vínculos profesionales. Un punto de intercambio de información, sugerencias y experiencias de miles de usuarios.





SERVICIO DE **Orientación** de Carrera

Nuestro objetivo es el asesoramiento para el desarrollo de tu carrera profesional. Pretendemos capacitar a nuestros alumnos para su adecuada adaptación al mercado de trabajo facilitándole su integración en el mismo. Somos el aliado ideal para tu crecimiento profesional, aportando las capacidades necesarias con las que afrontar los desafíos que se presenten en tu vida laboral y alcanzar el éxito profesional. Gracias a nuestro Departamento de Orientación de Carrera se gestionan más de 500 convenios con empresas, lo que nos permite contar con una plataforma propia de empleo que avala la continuidad de la formación y donde cada día surgen nuevas oportunidades de empleo. Nuestra bolsa de empleo te abre las puertas hacia tu futuro laboral.



Financiación y becas

En INESEM

Ofrecemos a
nuestros alumnos
facilidades
económicas y
financieras para la
realización del pago
de matrículas,

todo ello
100%
sin intereses.

INESEM continúa ampliando su programa de becas para acercar y posibilitar el aprendizaje continuo al máximo número de personas. Con el fin de adaptarnos a las necesidades de todos los perfiles que componen nuestro alumnado.



20%

**Beca
desempleo**

Para los que atraviesen un periodo de inactividad laboral y decidan que es el momento idóneo para invertir en la mejora de sus posibilidades futuras.

15%

**Beca
emprende**

Nuestra apuesta por el fomento del emprendimiento y capacitación de los profesionales que se han aventurado en su propia iniciativa empresarial.

10%

**Beca
alumnos**

Como premio a la fidelidad y confianza de los alumnos en el método INESEM, ofrecemos una beca a todos aquellos que hayan cursado alguna de nuestras acciones formativas en el pasado.

Masters Profesionales

Master en Escaparatismo y Visual Merchandising: Retail
Design + 5 Créditos ECTS

Impulsamos tu carrera profesional



INESEM
BUSINESS SCHOOL

www.inesem.es



958 05 02 05 formacion@inesem.es

Gestionamos acuerdos con más de 2000 empresas y tramitamos más de 500 ofertas profesionales al año.

Facilitamos la incorporación y el desarrollo de los alumnos en el mercado laboral a lo largo de toda su carrera profesional.