

# Diseño de Espacios Comerciales

## Sílvia Santaeugènia

Código: 105719  
Créditos: 6 ECTS  
Curso 3 4 Curs  
Semestre Segundo Semestre  
Tipología OPTATIVA  
Materia Procesos del diseño  
Fecha 7/9/2023 16:20

Esta asignatura se imparte en: Catalan  
Las tutorías se podrán realizar en: Catalán, castellano, inglés y francés

## Índice de la Guía Docente

Presentación de la asignatura .....	3
Recomendaciones.....	5
Contenidos.....	6
Metodología .....	7
Evaluación .....	9
Bibliografía y Recursos .....	11
Competencias i Resultados de Aprendizaje.....	13

# Presentación de la asignatura

## Breve descripción

Diseño de Espacios Comerciales estudia y analiza la conceptualización y desarrollo de proyectos de retail y de restauración, aprendiendo las técnicas y estrategias para diseñar un espacio comercial y que conlleva una relación entre un usuario que compra y un producto o servicio que se vende.

## Objetivos Formativos

El objetivo formativo principal de la asignatura es familiarizar al estudiante con el método de proyecto de los espacios comerciales.

A partir de sesiones de contenidos teóricos en forma de clase magistral y sesiones de debate y trabajo en el aula, se estudiarán dos temáticas de tipologías comerciales, una más vinculada al retail y la otra a los espacios de restauración.

El alumno aprenderá a diseñar espacios adaptados a las necesidades específicas de los proyectos comerciales en función de las diferentes variables como son el cliente, el usuario, el producto, el servicio y la marca entre otros.

EINA Centre Universitari  
de Disseny i Art de Barcelona  
Adscrit a la UAB

Passeig Santa Eulàlia 25  
08017 Barcelona T+34 932 030 923  
info@eina.cat / www.eina.cat

# Recomendaciones

Para seguir correctamente la asignatura es importante haber adquirido los conocimientos de proyecto básicos de diseño de espacios en los cursos anteriores y tener conocimientos informáticos aplicados al diseño de espacios y volúmenes.

# Contenidos

## 1. Introducción:

Introducción la asignatura y estudio de casos.

El contexto: análisis del mercado y del trarget.

Producto versus servicio.

## 2. Tipologías comerciales.

## 3. La identidad de marca: estudio de la marca y de sus valores.

La estrategia de marca aplicada al diseño de espacios comerciales.

## 4. Experiencia emocional y sensorial: el proyecto como una experiencia emocional; el usuario como sujeto de una experiencia sensorial única.

## 5. Desarrollo conceptual del espacio comercial.

## 6. Planificación del espacio comercial:

Programa y usos en el diseño del espacio comercial.

Emplazamiento y morfología del local.

Zonificación. Circulación y recorridos. Distribución.

## 6. Creación de la identidad comercial.

Ambientación: materialidad, mobiliario e iluminación.

# Metodología

## Metodología docente

Espacios Comerciales es una asignatura básicamente proyectual que va acompañada de sesiones de carácter teórico y técnico que introducen al alumno a las temáticas específica del diseño de espacios comerciales y sesiones de debate alrededor de los fundamentos de éste.

Las sesiones en clase se complementarán con visitas a espacios comerciales para analizarlos de primera mano.

A lo largo de todo el curso se hará un seguimiento directo de los trabajos que se están desarrollando y al finalizar cada ejercicio se realizarán unas sesiones críticas de evaluación y debate en clase donde cada alumno expondrá el contenido de su trabajo

## Actividades formativas

Se realizaran 3 trabajos durante el curso:

El primer trabajo se centra en la temática de los espacios de restauración. La primera parte de este trabajo se realizará en grupo (propuesta de ambientación) y la segunda será individual (propuesta de distribución).

El segundo trabajo es individual y el alumno debe analizar un espacio comercial actual.

El tercer trabajo es individual y el alumno debe diseñar una tienda a partir de las premisas señaladas.

El primer trabajo representa el 30% de la nota final (10% la parte de trabajo en grupo y 20% la de trabajo individual). El segundo trabajo representa el

20% y el tercer trabajo el 30%. El 10% corresponde a la asistencia y el 10% restante a la participación activa del alumno, al grado de autonomía y al seguimiento de la asignatura

Passeig Santa Eulàlia 25  
08017 Barcelona T+34 932 030 923  
info@eina.cat / www.eina.cat

EINA Centre Universitari  
de Disseny i Art de Barcelona  
Adscrit a la UAB



# Evaluación

## Sistema de Evaluación

El objetivo de la evaluación continuada es que el estudiante pueda conocer su progreso académico a lo largo de su proceso formativo para permitir mejorarlo.

A partir de la segunda matrícula, la evaluación de la asignatura podrá consistir, a decisión del profesor(es), en una prueba de síntesis, que permita la evaluación de los resultados de aprendizaje previstos en la guía docente de la asignatura. En este caso, la calificación de la asignatura corresponderá a la calificación de la prueba de síntesis.

## Normativa General de Evaluación

// Para considerar superada la asignatura, se deberá obtener una calificación mínima de 5,0.

// Una vez superada la asignatura, esta no podrá ser objeto de una nueva evaluación.

// Se considerará "No Evaluable" (NE) al estudiante que no haya entregado todas las evidencias de aprendizaje, o no haya asistido al 80% de las clases sin haber justificado las ausencias. En caso de ausencia justificada, el estudiante debe ponerse en contacto con el profesor en el momento de la reincorporación para determinar la recuperación de las actividades a las que no se ha asistido.

// En caso de que el estudiante realice cualquier irregularidad que pueda conducir a una variación significativa de la calificación de un acto de evaluación, se calificará con 0 este acto de evaluación, con independencia del proceso disciplinario que se pueda instruir. En caso de que se produzcan distintas irregularidades en los actos de evaluación de una misma asignatura, la calificación final será de 0.

## Proceso de Revisión

La revisión se puede solicitar al profesorado y se realizará según calendario lectivo.

## Proceso de Reevaluación

### Normativa general

No se contemplan sistemas de reevaluación en los casos de las prácticas externas, los TFG, y las asignaturas / actividades formativas que, por su carácter eminentemente práctico, no lo permiten.

Para participar en la reevaluación, el alumnado debe a ver estado previamente evaluado en un conjunto de actividades, el peso de las cuales equivalga a un mínimo de dos terceras partes de la calificación total de la asignatura o módulo.

## Criterios de Evaluación

En los criterios de evaluación general se tendrá en cuenta lo siguiente: la participación activa del alumno en las clases, la entrega de los trabajos en las fechas señaladas y la asistencia.

En cuanto a los trabajos 1 y 3, se valorará la adecuación del proyecto al programa de usos, la distribución de los espacios, la elección coherente de materiales y acabados, la ambientación general del proyecto y el correcto dibujo de los planos.

En el trabajo 2 se valorará el contenido, claridad y calidad de la información y la adecuación del trabajo a las pautas señaladas.

### Normativa específica de la asignatura:

Los trabajos entregados fuera de la fecha fijada se puntuarán con 0,5 puntos menos de la nota obtenida.

Para considerar superada una asignatura se debe obtener una calificación mínima de 5 de cada uno de las actividades formativas y la asistencia y participación.

El alumno podrá entregar de nuevo los trabajos a lo largo de todo el curso y también durante la semana de reevaluaciones siempre y cuando haya habido una entrega previa a la semana de reentregas.

La asistencia a clase es obligatoria. Al tratarse de una asignatura de proyectos, con un calendario de entrega progresivo, es muy difícil adquirir los conocimientos y realizar las prácticas sin un seguimiento presencial y continuado de las clases.

# Bibliografía y Recursos

Belli, S. *Visual merchandising: principios y prácticas del escaparatismo y el diseño de interiores comerciales*. Barcelona: Hoaki, 2020.

Broto, C. *Espacios comerciales. Nuevos conceptos*. Barcelona: Linksbooks, 2005.

Costa, A. *L'espai interior. Actituds, sensacions i conceptes projectats*. Berga: Edicions de l'Albí, 2008.

Grimley, C; Love, M. *Color, espacio y estilo. Detalles para diseñadores de interiores*. Barcelona: Gustavo Gili, 2009.

López, I. *Diseño De Hoteles y Restaurantes*. Editorial Links, 2014.

Morgan, T. *Visual merchandising. Escaparates e interiores comerciales*. Barcelona: Gustavo Gili, 2016.

Plunkett, D. *El detalle en el diseño contemporáneo de espacios comerciales*. Barcelona: Blume, 2012.

Pracht, K. *Tiendas. Planificación y diseño*. Barcelona: Gustavo Gili, 2003.

Stegmann, E.; Acebillo, J. *Las medidas en Arquitectura*. Barcelona: Col·legi Oficial d'Arquitectes de Catalunya, 1983.

EINA Centre Universitari  
de Disseny i Art de Barcelona  
Adscrit a la UAB

Passeig Santa Eulàlia 25  
08017 Barcelona T+34 932 030 923  
info@eina.cat / www.eina.cat

# Competencias i Resultados de Aprendizaje

## COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

**CE1. Analizar los objetos, comunicaciones gráficas y espacios habitables para detectar problemas de diseño, aportar soluciones alternativas y evaluar su viabilidad social, tecnológica y económica.**

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CE1.1. Describir las características propias de un sector profesional del diseño para realizar un análisis previo al desarrollo de un proyecto

**CE2. Evaluar usos y programar funciones, orientada a la concepción y formalización de proyectos de diseño.**

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CE2.1. Realizar un programa de usos y funciones conducente al desarrollo de un proyecto a partir de las características propias de un sector profesional del diseño.

**CE5. Dominar las técnicas de representación gráfica de espacios y volúmenes, planos y superficies características del diseño.**

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CE5.1. Utilizar las convenciones y las formas de representación habituales en el sector profesional del diseño al que va dirigido el proyecto.

**CE7. Demostrar que comprende los materiales, sus cualidades, los procesos y los costes de fabricación.**

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CE7.1. Identificar los materiales y los procesos de transformación más habituales en cada sector profesional del diseño.

**CE8. Demostrar conocimientos básicos de las ciencias y disciplinas auxiliares del proyecto de diseño, como antropometría y fisiología de la percepción visual, ergonomía y métodos de evaluación de uso, mercadotecnia, técnica de prospección, etc.**

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CE8.1. Situar el proyecto en el contexto de la oferta existente en el mercado.

CE11. Demostrar que comprende el funcionamiento del entorno económico, empresarial e institucional en el cual se contratan y desarrollan profesionalmente los proyectos y las actividades de diseño.

#### RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CE11.1. Detectar y explicar el tipo de contratación, la gestión de los proyectos, etc. del diseño más característico del sector en el que se inscribe el proyecto.

CE17. Exponer y razonar, de forma oral y escrita, los resultados y los procesos de trabajo de los objetos de diseño propios.

#### RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CE17.1. Elaborar una memoria escrita del proyecto y defenderla oralmente de acuerdo con las convenciones y las características específicas del sector del diseño al cual va dirigido.

CE19. Demostrar que conoce los métodos de investigación relevantes para la proyectación y la teoría, el análisis y la crítica del diseño y del arte.

#### RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CE19.1. Aplicar las metodologías de investigación y de evaluación propias del sector profesional del diseño al cual se dirige el proyecto.

### COMPETENCIAS TRANSVERSALES

CT2- Elaborar informes profesionales y trabajos académicos.

CT3- Demostrar conocer y utilizar correctamente las fuentes documentales y la bibliografía necesaria tanto para la proyectación como para el análisis y crítica razonada del diseño.

CT6 - Capacidad para trabajar en equipo y aptitudes para el diálogo con los diferentes agentes y disciplinas que puedan intervenir en el desarrollo de un proyecto de diseño.

CT9 - Capacidad resolutoria y de toma de decisiones.

CT10 Motivación por la calidad, tanto en los planteamientos conceptuales y argumentales, como en la resolución formal y en los detalles del acabado final de un proyecto de diseño.

CT11 - Capacidad de adaptación al entorno profesional nacional e internacional y, en particular, a los cambios tecnológicos, sociales y económicos que se van produciendo.

CT12 - Capacidad para la integración y síntesis de conocimientos adquiridos en contextos y situaciones diferentes, con flexibilidad y creatividad.

CT13 - Orientar la acción del diseño a partir de valores de respeto al entorno medioambiental y con criterios de sostenibilidad.

CT14 – Valorar y fomentar el uso social del entorno y de la comunicación con atención especial para que sea accesible a grupos de usuarios y receptores diferentes.

CT15 - Valorar y preservar el patrimonio cultural, artístico y paisajístico.

CT16 - Demostrar que posee valores y principios deontológicos propios de la profesión.

CT19. Demostrar una disposición afectiva positiva hacia los valores estéticos y las calidades formales del entorno material y visual.