



Eina Centre Universitari
Fundació Eina
Disseny Art Barcelona

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

DISSENY D'ESPAIS COMERCIALS

Silvia Santaeugenia Gerones

Professor Responsable: Silvia Santaeugenia Gerones

Grup: 1

Codi: 105719

Crèdits: 6 ECTS

Curs:

Semestre: 2

Tipologia: Optativa

Matèria: Processos de Disseny

Horaris:

Grup	Horaris	Professor
1	Dijous 12:00 - 15:00	Silvia Santaeugenia Gerones



Eina Centre Universitari
Fundació Eina
Disseny Art Barcelona

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

Índex de la Guia Docent

Presentació de l'assignatura

Recomanacions

Continguts

Metodologia

Avaluació

Bibliografia i Recursos

Resultats d'Aprenentatge

Presentació de l'assignatura

Breu descripció:

Disseny d'Espais Comercials estudia i analitza la conceptualització i el desenvolupament de projectes de restauració o de retail, aprenent les tècniques i estratègies per dissenyar un espai comercial i que comporta una relació entre un usuari que compra i un producte o servei que es ven.

Objectius Formatius:

L'objectiu formatiu principal de l'assignatura és familiaritzar els estudiants amb el mètode de projecte dels espais comercials.

A partir de sessions de continguts teòrics en forma de classe magistral i sessions de debat i de treball a l'aula, s'estudiaran dues temàtiques de tipologies comercials, una més vinculada als espais de restauració i l'altra al retail.

L'alumne aprendrà a dissenyar espais adaptats a les necessitats específiques dels projectes comercials segons les diferents variables com són el client, l'usuari, el producte, el servei i la marca entre d'altres.

Recomanacions

Per a seguir correctament l'assignatura és important haver adquirit els coneixements de projecte i dibuix bàsics de disseny d'espais als cursos anteriors i tenir coneixements informàtics aplicats al disseny d'espais i volums.

Continguts i Metodologia

Breu descripció:

A l'assignatura es tractaran les següents temàtiques:

El context: anàlisi del mercat i del trajecte. Producte versus servei.

Experiència emocional i sensorial: el projecte com una experiència emocional; l'usuari com a subjecte d'una experiència sensorial única.

La identitat de marca: estudi de la marca i dels seus valors.
L'estratègia de marca aplicada al disseny d'espais comercials.

Desenvolupament conceptual de l'espai comercial.

Planificació de l'espai comercial:

Programa i usos.

Emplaçament i morfologia del local.

Zonificació. Circulacions i recorreguts. Distribució.

Ambientació, materialitat i il·luminació al projecte d'espai comercial.

Metodologia docent:

Espais Comercials és una assignatura bàsicament projectual que va acompanyada de sessions de caràcter teòric i tècnic que introdueixen l'alumne a les temàtiques específiques del disseny d'espais comercials i de sessions de debat al voltant dels fonaments d'aquest.

Les sessions a classe es complementaran amb visites a espais comercials per analitzar-los de primera mà.

Al llarg de tot el curs es farà un seguiment directe dels treballs que s'estan desenvolupant.

Activitats formatives:

Es realitzaran 3 treballs durant el curs:

El primer treball es centra en la temàtica dels espais de restauració. La primera part d'aquest treball es realitzarà en grup (proposta d'ambientació) i la segona serà individual (proposta de distribució).

El segon treball és individual i l'alumne ha d'analitzar diferents espais comercials actuals mitjançant un escrit.

El tercer treball es pot fer de manera individual o en grup (màxim 3 alumnes) i es dissenyarà una botiga a partir de les premisses assenyalades.

Avaluació

Normativa general d'avaluació

Per considerar superada una assignatura, caldrà que s'obtingui una qualificació mínima de 5,0. Una vegada superada l'assignatura, aquesta no podran ser objecte d'una nova avaluació.

La menció de matrícula d'honor es pot atorgar a l'alumnat que tingui una qualificació igual o superior a 9,0. El nombre de matrícules d'honor que s'atorgui no pot ser superior al cinc per cent de persones matriculades en una assignatura en el període acadèmic corresponent, excepte si el total de persones matriculades és inferior a vint, en el qual cas es pot atorgar una sola matrícula d'honor.

Es considerarà "No Avaluable" (NA) l'estudiant que no hagi lliurat totes les evidències d'aprenentatge o no hagi assistit al 80% de les classes sense haver justificat les absències. En cas d'absència justificada, l'estudiant s'ha de posar en contacte amb el professor en el moment de la reincorporació per determinar la recuperació de les activitats a les quals no hagi assistit.

En cas que l'estudiant realitzi qualsevol irregularitat que pugui conduir a una variació significativa de la qualificació d'un acte d'avaluació, es qualificarà amb 0 aquest acte d'avaluació, amb independència del procés disciplinari que s'hi pugui instruir. En cas que es produeixin diverses irregularitats en els actes d'avaluació d'una mateixa assignatura, la qualificació final d'aquesta assignatura serà 0.

Sistema avaluació continua

El sistema d'avaluació d'EINA i de la UAB és d'avaluació continuada, l'objectiu de la qual és que l'estudiant pugui conèixer el seu progrés acadèmic al llarg del seu procés formatiu per tal de permetre-li millorar-lo.

El procés d'avaluació continuada ha d'incloure un mínim de tres activitats avaluatives, de dues tipologies diferents, distribuïdes al llarg del curs, cap de les quals pot representar més del 50% de la qualificació final.

Als criteris d'avaluació general es tindrà en compte el següent: la participació activa de l'alumne a les classes, el lliurament dels treballs a les dates assenyalades i l'assistència.

Quant als treballs 1 i 3, es valorarà la conceptualització i estudi de la marca; l'adequació del projecte al programa d'usos i la distribució dels espais; l'ambientació general del projecte amb l'elecció coherent de materials i acabats; el correcte dibuix dels plànols i detalls; la representació en 3D i la presentació oral a l'aula.

Al treball 2 es valorarà el contingut i qualitat de la informació; la presentació de la documentació, l'ordre i claredat del discurs, el nivell de professionalització i el seguiment pautes assenyalades; el posicionament crític, valoracions i conclusions pròpies.

El primer treball representa el 35% de la nota final (10% la part de treball en grup i 25% la de treball individual). El segon treball representa el 20% i el tercer treball el 35%. El 5% correspon a l'assistència i el 5% restant a la participació activa de l'alumne, al grau d'autonomia i al seguiment de l'assignatura.

Normativa específica de l'assignatura:

Els treballs lliurats fora de la data fixada es puntuaran amb 1 punts menys de la nota obtinguda. Es podran lliurar com a màxim 7 dies després de la data fixada. Si l'alumne els lliura més tard encara tindrà com a nota màxima un 5 del treball.

L'assistència a classe és obligatòria. Com que es tracta d'una assignatura de projectes, amb un calendari de lliurament progressiu, és molt difícil adquirir els coneixements i fer les pràctiques sense un seguiment presencial i continuat de les classes.

Per participar a la re-avaluació l'alumnat ha d'haver estat prèviament avaluat dels treballs que vol optar a re-avaluar.

Procés de revisió

La revisió es pot sol·licitar al professorat i es realitzarà segons calendari lectiu.

Resultats d'aprenentatge de la matèria

Coneixements

Reconèixer les similituds i les diferències d'un projecte de disseny amb altres de similars dins del context de l'oferta existent al mercat. (KT01)

Habilitats

Demostrar el domini dels recursos infogràfics bàsics per presentar sectors i marcs d'actuació en què s'inscriu el projecte. (ST06)

Relacionar conceptes i procediments de diferents sectors professionals del disseny en el desenvolupament de projectes de disseny integrals. (ST09)

Aplicar les metodologies de recerca i avaluació pròpies del sector professional del disseny al qual s'adreça el projecte. (ST10)

Desenvolupar l'anàlisi prèvia al desenvolupament d'un projecte, identificant les característiques pròpies del sector professional del disseny mitjançant la incorporació de la perspectiva de gènere i de criteris de diversitat a l'estudi del context i dels seus grups d'interès. (ST02)

Resultats d'aprenentatge de la titulació

Coneixements

Respondre a qüestions globals en relació amb el camp de coneixement del disseny i l'art, de les indústries culturals, el seu entorn institucional i els agents que intervenen en aquests.

Catalogar els materials, les seves qualitats i principis físics en relació amb la conceptualització i formalització de projectes de disseny, observant criteris mediambientals i de sostenibilitat.

Categoritzar les tecnologies i els processos de producció i els seus respectius costos en relació amb la conceptualització i formalització de projectes de disseny, sense desatendre els criteris de rigor i qualitat formal en els acabats i els detalls.

Referenciar coneixements essencials de les ciències i disciplines auxiliars del disseny, com l'antropometria, l'ergonomia, la comunicació visual, els mètodes d'avaluació, el màrqueting, la prospecció, etc.

Descriure el marc legal i els valors deontològics i ètics de l'àmbit professional del disseny, així com els contextos i agents que els apliquen, posant especial èmfasi en els aspectes relacionats amb els drets democràtics, així com amb els drets humans i fonamentals.

Competències

Proposar solucions de disseny creatives, així com conscienciades, social i ambientalment sostenibles, en atenció als ODS.

Aplicar el coneixement adquirit a la resolució de projectes de disseny i art amb una execució professional que tingui en consideració a la diversitat d'usuaris i/o receptors.

Elaborar informes professionals i acadèmics en relació amb l'àrea del disseny, les arts i les seves disciplines auxiliars.

Formular un pla de negoci viable orientat al desenvolupament de productes, serveis o iniciatives empresarials vinculades al disseny, que integri criteris de sostenibilitat, inclusió i perspectiva de gènere, i que estigui alineat amb els drets fonamentals i els valors d'una societat democràtica.

Habilitats

Detectar problemes de disseny a partir de l'anàlisi d'objectes, elements de comunicació gràfica i espais amb una visió situada en el marc de la contemporaneïtat, l'accessibilitat universal i la igualtat d'oportunitats.

Aplicar les habilitats d'expressió plàstica i els coneixements de materials i tecnologies productives concorde al plantejament d'un projecte de disseny.

Proposar solucions a problemes de disseny (o altres àmbits en els quals el disseny pugui aportar respostes) amb claredat i referint el vocabulari específic de l'àrea, així com les tècniques d'expressió i representació adequades.

Representar gràficament espais, volums, plans i superfícies, utilitzant les tècniques característiques del disseny.

Utilitzar mitjans informàtics i tecnologies digitals concordes amb els processos de creació i projectació en l'àmbit del disseny

Aplicar criteris i valors ètics i estètics a la pràctica del disseny, considerant les dimensions formals dels entorns i la seva diversitat.

Adequar els llenguatges plàstics, l'ús dels mitjans i les tècniques artístiques a les intencions comunicatives de cada projecte de disseny.

Emetre judicis de valor respecte a projectes de disseny, interpretant les dades i justificant la seva anàlisi crítica sobre la base dels coneixements adquirits sobre la comunicació gràfica, els espais i els objectes, així com als textos de referència..

Investigar amb esperit crític en l'àmbit del disseny i les seves disciplines afins, tenint en compte la innovació, l'experimentació i la constant renovació de les indústries culturals, així com els drets fonamentals i els valors democràtics i d'igualtat.

Avaluar la viabilitat social, econòmica, ambiental i tecnològica d'un projecte de disseny, incorporant la perspectiva de gènere i la diversitat com a criteris analítics clau, i garantint el respecte als drets fonamentals, la sostenibilitat i els valors democràtics.

Bibliografia i 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.

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