

1. DATOS IDENTIFICATIVOS DE LA ASIGNATURA

Titulación	Máster en Diseño de Espacios Comerciales y Expositivos para la Moda
Asignatura	Diseño integral de espacios comerciales
Materia	Diseño integral de espacios para la moda
Departamento responsable de la docencia	Diseño de Interiores
Idiomas en los que se imparte	Español
Idiomas material de lectura/audiovisual	Español/Inglés/Francés
Carácter	Obligatorio
Semestre	2º
Créditos ECTS	6
Horas presenciales	90
Horas de trabajo autónomo	60

2. CONTEXTUALIZACIÓN DE LA ASIGNATURA

El principal objetivo de la asignatura es que el alumno, a través de un trabajo original e inédito, aplique, desarrolle y ponga en práctica los conocimientos adquiridos a lo largo del desarrollo del Máster.

El Diseño Integral de Espacios Comerciales consistirá en la concepción y correcto desarrollo de un proyecto original para el ámbito de espacios comerciales de exposición y venta de prendas de moda. El proyecto ocupa un lugar relevante en la formación del alumnado, pues le permitirá demostrar que ha alcanzado las competencias necesarias que le capacitan para el correcto ejercicio de su actividad profesional.

Requisitos previos: es aconsejable que el alumno tenga conocimientos de metodología proyectual.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias básicas	CB1 CB2 CB3 CB4 CB5
Competencias específicas del máster	CE1 CE2 CE3 CE4 CE5 CE6 CE7
Resultados de aprendizaje	
- RA-CB1. Aplicar los conocimientos adquiridos y resolver problemas relacionados con el diseño de espacios para la moda en contextos amplios o multidisciplinares. - RA-CB2. Desarrollar proyectos comprometidos socialmente aplicando la ética de manera profesional. - RA-CB3. Comunicar y transmitir conclusiones e ideas de forma estructurada e inteligible a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades. - RA-CB4. Resolver problemas de forma autónoma y emprendedora, aplicando los conocimientos adquiridos. - RA-CB5. Desarrollar y aplicar las propias ideas, partiendo de la investigación y buscando la originalidad.	

- RA-CE1. Diseñar correctamente diferentes soluciones formales y funcionales a partir de los recursos técnicos y estéticos adquiridos.
- RA-CE2. Solucionar un problema de diseño integral de espacios para la moda adaptado a las características de la empresa/cliente.
- RA-CE3. Proyectar soluciones viables que mejoren el aprovechamiento de los recursos para espacios concretos en el sector de la moda.
- RA-CE4. Elegir de forma adecuada los materiales y tecnologías en el diseño de espacios expositivos y comerciales en el sector de la moda.
- RA-CE5. Mostrar profesionalidad en la resolución de problemas de diseño empleando de forma adecuada la representación gráfica, el diseño de detalle y las especificaciones técnicas mediante el uso de los medios audiovisuales.
- RA-CE6. Aplicar correctamente los conocimientos de contexto histórico, económico, social y cultural a la hora de gestar un proyecto.
- RA-CE7. Identificar las necesidades del sector de los espacios para la moda adaptando sus diseños a éstas aportando soluciones novedosas.

Objetivos formativos

- Detectar y analizar los problemas que plantea un encargo de diseño de espacio para la moda.
- Resolver los conflictos habidos a lo largo del desarrollo del proyecto de diseño.
- Planificar las etapas del trabajo del proyecto según el nivel de definición adecuado a las mismas.
- Interpretar y determinar los aspectos formales y simbólicos a la economía y materialización del proyecto.

4. CONTENIDOS CURRICULARES

- **UD 1. Introducción**
 - 1.1. Diseño integral de Espacios para el sector de la Moda y actividad proyectual
- **UD 2. Procedimientos creativos y procesos productivos**
 - 2.1 Espacios comerciales de exhibición y venta propios del sector de la Moda
 - 2.2. Tipologías, actividad y materiales
- **UD 3. Espacios comerciales de exhibición y venta propios del sector de la Moda. Tipologías, actividad y materiales**
 - 3.1. Investigación
Ejemplos:
 - Tipos de local y geometría
 - Requerimientos del cliente o firma
 - Desarrollo del programa del Diseño de Espacio Comercial para la Moda
 - Exhibición y visualización expositiva: Arquitectura comercial. Espacio caliente. Stands. Eventos efímeros
- **UD 4. Definición y realización de proyectos de diseño integral de espacios específicos para el ámbito del sector de la moda: Diseño de un espacio comercial.**
 - 4.1. Introducción al Diseño integral de espacios específicos para el ámbito del sector de la moda
 - 4.2. Documentación e investigación (estudio de ejemplos y referencias en el sector de la moda)
 - 4.3. Bocetos
 - Desarrollo y definición general de aspectos y alternativas
 - Desarrollo de aspectos concretos y detalles
 - Datos y definición técnica
 - 4.4. Puesta en común, defensa y corrección pública del proyecto

5. CRONOGRAMA Y ACTIVIDADES OBLIGATORIAS

Actividad Descripción	Nº de semanas
Actividad 1 Proyecto de diseño integral de espacio comercial del sector de la moda	9

Esta asignatura se desarrolla en las nueve primeras semanas del segundo cuatrimestre.

El supuesto práctico consistirá en el desarrollo de una propuesta ficticia basada en una empresa del sector y que se llevará a cabo en colaboración con un estudio de diseño especializado y profesional.

6. TIEMPO DE TRABAJO

Actividad formativa	Horas presenciales	Horas de trabajo autónomo	Volumen de trabajo total
Presentación asignatura	2		2
Clase expositiva	15		15
Aprendizaje orientado a proyectos	40	32	72
Correcciones y seguimientos en el aula	20	11	31
Tutorías		1	1
Exposiciones orales	5	6	11
Entrega final	8	10	18
Total	90	60	150

7. METODOLOGÍA DOCENTE

La metodología que se utilizará para impartir la asignatura de Diseño Integral de un Espacio Comercial para la Moda pretende adecuarse al objetivo de la adquisición por parte del alumno de los conocimientos necesarios para gestar y llevar a cabo un proyecto de Diseño Integral de un Espacio para la Moda en todas sus fases.

Entendemos que la metodología debe transmitir al alumno valores como el rigor, la planificación, la capacidad crítica de autoevaluación y los métodos de control que le permitirán plantear y programar la gestión integral de diseño y proyectación de Espacios para la Moda desde una posición destacada.

Clases teóricas

- Los contenidos de la asignatura se desarrollarán mediante exposiciones orales y visualización de ejemplos.
- Se propiciará la participación del alumno y el debate sobre los contenidos que se impartan.

Clases prácticas

- El alumno pondrá en práctica de forma inmediata los conocimientos que gradualmente se vayan adquiriendo. En este sentido, se intentará que sea el alumno quien, siguiendo una pauta dada, intente resolver por sí mismo los problemas planteados en el aula.
- El alumno hará uso de técnicas tanto manuales como digitales en la elaboración de los proyectos propuestos. El alumno deberá recurrir a los conocimientos adquiridos en otras asignaturas del Máster.
- Así mismo y siguiendo una metodología que impulsa el “aprender a aprender” se propondrán a los alumnos problemas que han de intentar resolver por sí mismos partiendo de las pautas proporcionadas previamente por el personal docente.
- Dentro de esta metodología activa, se llevarán a cabo puestas en común de las fases de los proyectos que, al ser comentados y visionados por toda la clase, enriquecerán los conocimientos del grupo e invitarán al intercambio de ideas.

Sesiones de seguimiento en el aula

Durante estas sesiones el estudiante podrá:

- Preguntar al profesor todas aquellas dudas que no hayan podido ser solucionadas durante las clases teóricas.
- Solicitar bibliografía de ampliación específica de algún tema concreto y/o cualquier otro tipo de información relacionada con la asignatura.
- El docente realizará un seguimiento individualizado de los alumnos, supervisando y orientando más directamente el proceso a seguir en cada una de las actividades realizadas.

Clases impartidas con colaboradores

- Además de las lecciones impartidas por el profesorado de la Escuela Superior de Diseño de La Rioja, participarán en las clases expertos y empresas vinculadas al Máster.

Tutorías

- Las sesiones de tutoría fuera del horario lectivo se plantean como un estímulo para que el alumno bien refuerce y repase los contenidos impartidos, bien aborde temas relacionados a la asignatura de mayor complejidad, tanto en el aspecto conceptual como en el técnico.
- Se facilitará al alumno documentación bibliográfica y material específico que pueda mejorar sus trabajos.

8. EVALUACIÓN

Para obtener la calificación de aprobado los alumnos deberán entregar todos los ejercicios planteados con toda la documentación solicitada y en la fecha indicada. La calificación final de la asignatura será la nota media, incluyendo la valoración de las actividades, el seguimiento y la presentación y defensa según la ponderación incluida.

CONVOCATORIA ORDINARIA			
Procedimiento de evaluación	Indicadores de calidad	Evaluación continua	Pérdida evaluación continua*
Actividades	– Aspectos gráficos/estéticos. – Aspectos comunicativos. – Aspectos estructurales. – Aspectos técnicos. – Presentación adecuada :(orden, limpieza, ortografía) – Entrega dentro del plazo.	60%	70%

Presentación/ defensa	- Presentación adecuada. - Claridad expositiva. - Capacidad de análisis.	20%	
Observación: registro diario	- Evolución y desarrollo diario. - Asistencia activa a clase. - Participación en clase.	20%	
Pérdida evaluación continua	- Conocimiento de los contenidos, aplicación práctica, y correcta expresión gráfica y escrita. - Exposición y defensa.		30%

*La asistencia a clase es obligatoria. Según acuerdo de la Comisión de Coordinación Docente, la superación del 15% de faltas de asistencia hará que se pierda el derecho a la evaluación continua, pudiendo examinarse en la evaluación ordinaria y extraordinaria.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA		
Procedimiento de evaluación	Indicadores de calidad	Ponderación
Actividades	- Aplicación significativa de los conceptos. (gráficos/estéticos, comunicativos, estructurales, técnicos). - Presentación adecuada: (orden, limpieza, ortografía) - Exposición y defensa	70%
Prueba teórico-práctica	- Conocimiento de los contenidos, aplicación práctica, y correcta expresión gráfica y escrita. - Exposición y defensa.	30%

9. RECURSOS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

Materiales y recursos didácticos

- Ordenadores de aula.
- Acceso a internet.
- Ordenador y proyector de profesor.
- Bibliotecas y recursos online.

Bibliografía

Barreneche, R. (2005). *New retail*. Phaidon press limited.
 Ching, F. y Binggeli, C. (2005). *Diseño de Interiores. Un manual*. Gustavo Gili
 Jodidio, P. (2010). *Architecture now! Shopping*. Editorial Taschen.
 Mesher, L. (2000). *Diseño de espacios comerciales*. Editorial Gustavo Gili.
 Morgan, T. (2014). *Visual Merchandising. Escaparates e interiores comerciales*. Editorial Gustavo Gili.
 Plunket, D. y Reid, O. (2012). *El detalle en el diseño contemporáneo de locales comerciales*. Editorial Blume.
 Pracht, K. (2001). *Tiendas. Planificación y diseño*. Editorial Gustavo Gili.
 VVAA. (2013). *Dress up! Diseño de tiendas de moda*. Editorial Promopress.