

1. DATOS IDENTIFICATIVOS DE LA ASIGNATURA

Titulación	Máster en Diseño de Espacios Comerciales y Expositivos para la Moda
Asignatura	Diseño y análisis de espacios para la moda
Materia	Diseño de interiores
Departamento responsable de la docencia	Diseño de Interiores
Idiomas en los que se imparte	Español
Idiomas material de lectura/audiovisual	Español/Inglés
Carácter	Obligatorio
Semestre	1º
Créditos ECTS	6
Horas presenciales	90
Horas de trabajo autónomo	60

2. CONTEXTUALIZACIÓN DE LA ASIGNATURA

La asignatura de Diseño y análisis de espacios para la moda se imparte en el primer cuatrimestre del Máster en Enseñanzas Artísticas en Diseño de espacios comerciales y expositivos para la moda y su principal objetivo es el de proporcionar al alumno todos aquellos conocimientos y recursos necesarios para abordar con éxito el diseño de los diferentes tipos de espacios vinculados a la comunicación, exposición y venta del sector de la moda.

Diseño y análisis de espacios para la moda tiene un carácter integrador y transversal puesto que el alumno deberá aplicar los contenidos, destrezas y técnicas aprendidos en el resto de las asignaturas con el propósito de dar al alumnado una visión global del proceso creativo.

Requisitos previos: es recomendable que el alumno tenga conocimientos de diseño de interiores y medios informáticos.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias básicas	CB1 CB2 CB3 CB4 CB5
Competencias específicas del máster	CE1 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-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

- Familiarizarse con las tareas de investigación, documentación y análisis de datos previos al proceso de proyecto.
- Gestar, desarrollar y ejecutar un proyecto de diseño de espacios para la moda.
- Conocer correctamente las técnicas de representación gráfica y comunicación de un proyecto de diseño de espacios para la moda.

4. CONTENIDOS CURRICULARES**UD 1. Introducción**

- 1.1 Los espacios para la moda. Tipos y características

UD 2. El escaparate, espacio de representación

- 2.1 La marca. Concepto y elementos identificativos
- 2.2 El córner. Espacio mínimo de comunicación de la marca y exposición de productos

UD 3. El córner, espacio comercial mínimo

- 3.1 El escaparate. Tipos y características
- 3.2 Estrategia de comunicación. Escenografía e instalaciones artísticas

UD 4. Diseño de una tienda-boutique

- 4.1 El espacio comercial, de lugar de exposición y venta de productos a creador de experiencias
- 4.2 El espacio como herramienta de comunicación de marca
- 4.3 La configuración del espacio. Decoración, materiales, texturas, color y luz
- 4.4 La organización del espacio. Mobiliario de exposición y venta. Circulaciones

UD 5. La pasarela

- 5.1 La pasarela, espacio para la presentación y difusión de la moda
- 5.2 Características y zonas de un desfile
- 5.3 Diseño de un set

UD 6. Nuevos espacios de exposición físicos y virtuales

- 6.1 Espacios híbridos. Instalaciones artísticas
- 6.2 Nuevas experiencias de cliente

5. CRONOGRAMA Y ACTIVIDADES OBLIGATORIAS

Durante el desarrollo de la asignatura se planteará la realización de distintas actividades vinculadas a los contenidos impartidos en el aula. Estas actividades, que serán evaluadas y calificadas desde la propia asignatura, tal y como se indica en el apartado 8 de esta guía, se integrarán en los módulos/proyectos comunes desarrollados de manera coordinada con el resto de las asignaturas del máster, tal y como se recoge en la memoria homologada del máster.

Actividad Descripción	Nº de semanas
Actividad 1 Módulo 2: Proyecto Escaparate	4
Actividad 2 Módulos 1 y 3: Proyecto Tienda + Córnier	6
Actividad 3 Módulos 4 y 5: Proyecto Pasarela + Showroom	5

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	58	40	98
Seminarios	10	9	19
Tutorías		1	1
Presentaciones orales	5	10	15
Total	90	60	150

7. METODOLOGÍA DOCENTE

Clases teóricas

- Se utilizará la clase magistral, mediante la transmisión de información en un tiempo ocupado principalmente por la exposición oral y el apoyo de las TICs (presentaciones digitales, consulta de vídeos y de diverso material en internet). Durante dicha exposición se podrán plantear preguntas o situaciones problemáticas sobre un tema, introducir pequeñas actividades prácticas, resolver las dudas que puedan plantearse, orientar la búsqueda de información, ocasionar el debate individual o en grupo, etc.

Clases prácticas

- Se aplicará el estudio de casos, el aprendizaje basado en problemas, orientado a proyectos, etc.

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%
Presentaciones/ defensa	- Presentación adecuada. - Claridad expositiva. - Capacidad de análisis.	20%	
Observación: registro diario	- Evolución y desarrollo diario. - Asistencia activa a clase. - Participación en clase.	20%	
0%Prueba de recuperación	- 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. Los alumnos que con calificaciones inferiores a 5 deberán presentarse a la convocatoria extraordinaria (junio).

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)	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

Bibliografía:

General. Diseño de Interiores

Costa, A. (2008). Espacio interior. Actitudes, sensaciones y conceptos proyectados. Editorial L'Albí.
Munari, B. (2011). ¿Cómo nacen los objetos? Apuntes para una metodología proyectual. Editorial Gustavo Gili.

Específica. Espacio comercial

Barreneche, R. (2005). New retail. Phaidon press limited.
Bingham, N. (2005). Nuevos espacios para la moda. Editorial Gustavo Gili.
Eisenbrand J., Krawczyk K.(2025) Catwalk: The art of fashion show A to Z. Vitra Design Museum Ed.
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.
VVAA. (2014). Urban Marketplaces. Index Book S.L.
Shaoqiang, W. (2022). Display Art. Visual Merchandising an WindowDisplay. Hoaki Books SL

Otras referencias. Revistas de Diseño

Frame Magazine. <https://frameweb.com/?modus=homepage>
Open House Magazine_ <https://openhouse-magazine.com/>
Neo2. <https://www.neo2.com/>
WeAr. <https://www.wearmagazine.com/>
View. <https://www.view-publications.com/>