



I. INFORMACIÓN GENERAL

CURSO	:	Branding y Comercio Empresarial
CÓDIGO	:	DI164
CICLO	:	201502
CUERPO ACADÉMICO	:	Castellanos Tarrillo, Julio Antonio Pozo Chávez, Claudia Cecilia Salgado Bolaños, Eduardo Samanez Bendezú, María Eugenia
CRÉDITOS	:	4
SEMANAS	:	15
HORAS	:	4 H (Práctica) Semanal /2 H (Teoría) Semanal
ÁREA O CARRERA	:	Diseño Profesional de Interiores

II. MISIÓN Y VISIÓN DE LA UPC

Misión: Formar líderes íntegros e innovadores con visión global para que transformen el Perú.

Visión: Ser líder en la educación superior por su excelencia académica y su capacidad de innovación.

III. INTRODUCCIÓN

El curso general Branding y Comercio Empresarial de la carrera Diseño Profesional de Interiores, de carácter teórico-práctico, está dirigido a los estudiantes del quinto ciclo y busca desarrollar las competencias generales de Manejo de la Información y Pensamiento Innovador, así como la competencia específica de Diseño Comercial.

El curso está orientado al diseño interior de oficinas. El auge actual de los centros empresariales en el Perú, constituye un potencial campo de desarrollo para la actividad profesional de un diseñador.

IV. LOGRO (S) DEL CURSO

Al finalizar el curso, el estudiante propone soluciones integrales para un Centro de Comercio Empresarial, tomando en cuenta la normativa vigente en lo relativo a diseño de oficinas, así como los conocimientos de funcionalidad y antropometría, de manera creativa e innovadora.

V. UNIDADES DE APRENDIZAJE

UNIDAD N°: 1 DEFINICIÓN, ANÁLISIS Y RESPUESTA

LOGRO

Al finalizar la unidad 1, el estudiante investiga a profundidad, las características y necesidades espaciales de un espacio de trabajo compartido.

TEMARIO

- 1.-Definición de Comercio Empresarial.
- 2.-Coworking (trabajo colaborativo).
- 3.-Revisión de Norma A.080 del Reglamento Nacional de Edificaciones.

HORA(S) / SEMANA(S)

1, 2, 3, 4

UNIDAD N°: 2 EL DESARROLLO INTERIOR COMO RESPUESTA A LA CLASIFICACIÓN Y NORMATIVA

LOGRO

Al finalizar la unidad 2, el estudiante propone soluciones integrales para un Centro de Comercio Empresarial, tomando en cuenta los conocimientos de funcionalidad y antropometría, de manera creativa e innovadora.

TEMARIO

- 1.-Branding: Identificación de marca.
- 2.-Conceptualización de proyecto.
- 3.-Desarrollo general y de detalle.
- 4.-Falso cielo raso: Aire Acondicionado, iluminación, detectores de humo y rociadores.
- 5.-Seguridad y Evacuación.

HORA(S) / SEMANA(S)

5, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15

VI. METODOLOGÍA

En la metodología a emplear, se considera al estudiante como centro del aprendizaje, por ello se promueve su participación activa, brindando espacios para el debate, visitas a campo, charlas de expertos en la materia y fomentando la investigación para alcanzar y consolidar el desarrollo del proyecto final del curso, el cual será monitoreado con retroalimentación de manera permanente.

VII. EVALUACIÓN

FÓRMULA

$$10\% (TB1) + 30\% (TP1) + 10\% (TB2) + 50\% (TF1)$$

TIPO DE NOTA	PESO %
TB - TRABAJO	10
TP - TRABAJO PARCIAL	30
TB - TRABAJO	10
TF - TRABAJO FINAL	50

VIII. CRONOGRAMA

TIPO DE PRUEBA	DESCRIPCIÓN NOTA	NÚM. DE PRUEBA	FECHA	OBSERVACIÓN	RECUPERABLE
TB	TRABAJO	1	Semana 07		NO
TP	TRABAJO PARCIAL	1	Semana 08		NO
TB	TRABAJO	2	Semana 15		NO
TF	TRABAJO FINAL	1	Semana 17		NO

IX. BIBLIOGRAFÍA DEL CURSO

BÁSICA

ABELLÁN, Miquel y MINGUET, Josep M. (2014) Branding & Spaces. Monsa 2014.

(658.827 MING)

CÁMARA PERUANA DE LA CONSTRUCCIÓN (2011) Reglamento Nacional de Edificaciones. Lima : CAPECO.

(624.902685 CAPE 2011)

MEEL Juriaan vanMartens, Yury; REE, Hermen Jan van y ROJALS, Marta, (2012) Cómo planificar los espacios de oficinas : guía práctica para directivos y diseñadores. Barcelona : Gustavo Gili.

(725.23 MEEL)

NEUFERT ErnstBeneitez-Heinrich, Lola y SIGUAN, Jordi (2006) Arte de proyectar en arquitectura.

Barcelona : Gustavo Gili.

(720.284 NEUF/A 2006)

(1987) Edificios : oficinas. Bogotá : Escala.

(REF 720.5 ESCA/P 8)

RECOMENDADA

(No necesariamente disponible en el Centro de Información)

COSTA Joan, y otros (2013) Los 5 pilares del branding : anatomía de la marca. Barcelona : CPC.

(658.827 COST/P)

GOBÉ, Marc (2001) Emotional branding : the new paradigm for connecting brands to people. New York : Allworth Press.

(658.827 GOBE)

PERREY, Jesko (2013) Retail marketing and branding : a definitive guide to maximizing ROI. Hoboken, New Jersey : Wiley.

(658.87 PERR 2013)

URATA, Yoshihiro (2008) Branding design 3. Tokyo : Graphic-sha.

(741.6 BRAN)