



I. INFORMACIÓN GENERAL

CURSO	:	Visual Merchandising y Escaparatismo
CÓDIGO	:	DI173
CICLO	:	201601
CUERPO ACADÉMICO	:	Lombardi Bacigalupo, Raffaella
CRÉDITOS	:	6
SEMANAS	:	15
HORAS	:	6 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 de especialidad Visual Merchandising y Escaparatismo en la carrera Diseño Profesional de Interiores, de carácter teórico, está dirigido a los estudiantes de octavo ciclo y busca desarrollar las competencias generales de Comunicación Escrita, Comunicación Oral y Pensamiento Innovador, así como las competencias específicas de Planificación y Diseño Comercial.

En este curso, el estudiante adquiere las herramientas del store planning de tal manera que se encuentre capacitado de proponer soluciones de diseño comercial en función de los consumidores. En una economía de libre competencia, la eficiencia de un proyecto de diseño comercial, puede marcar la diferencia en el mercado, además de convertirse en una oportunidad de especialización profesional para el estudiante.

IV. LOGRO (S) DEL CURSO

Al finalizar el curso, el alumno desarrolla un proyecto integral de diseño interior para retail, incorporando estrategias y herramientas de Escaparatismo y Visual Merchandising.

V. UNIDADES DE APRENDIZAJE

UNIDAD N°: 1 INTRODUCCIÓN AL ESCAPARATISMO Y VISUAL MERCHANDISING

LOGRO

Al finalizar la unidad 1, el estudiante diagrama la circulación en un punto de venta de retail.

TEMARIO

1.- EL ESCAPARATISMO

- Características de los escaparates.
- Ejemplos y tipos de vitrinas.

- Herramientas básicas de colorización.
- Iluminación.
- Temas y esquemas.

2.- EL VISUAL MERCHANDISING COMO FUERZA DE VENTA

- Presencia de producto.
- El concepto retail.

3.- FLUJOS DE CIRCULACIÓN

- El punto de venta
- Tipos de circulación.
- La iluminación como recorrido virtual.

HORA(S) / SEMANA(S)

1,2.

UNIDAD N°: 2 EL STORE PLANNING. CONCEPTO Y DESARROLLO

LOGRO

Al finalizar la unidad 2, el estudiante diseña un proyecto integral de diseño interior para retail.

TEMARIO

1.-EL STORE PLANNING

- Análisis y desarrollo del store planning en un centro de retail.
- Desarrollo integral del visual merchandising.
- El inconsciente y la respuesta inmediata al estímulo sensorial

A. Colores

B. Texturas

C. Aromas

2.- PROYECTO DE TIENDA POR DEPARTAMENTO

2.1 Elaboración de presentación digital con análisis de la marca con desarrollo de concepto.

2.2 Elaboración y diseño de "book" con análisis de la marca, visualizaciones (3D del proyecto) junto con diseño de mobiliario.

2.2 Elaboración del proyecto de diseño interior en un espacio residencial.

- Plano de áreas
- Plano de distribución
- Planos de piso
- Plano de techos
- Plano de Indeci
- Corte y elevaciones
- Detalles de muebles

HORA(S) / SEMANA(S)

3,4,5,6,7,9,10,11,12,13,14,15

VI. METODOLOGÍA

En la metodología a emplear, se considera al estudiante como centro del aprendizaje, por ello se promueve su participación activa, generando las visitas a tiendas por departamento, que incrementen su conocimiento a partir

de la experiencia y propiciando charlas de expertos en Visual Merchandising, que luego brinden espacios para el debate y diálogo de estas experiencias. Con estas actividades el estudiante consolida el conocimiento necesario que le permita desarrollar con eficiencia el proyecto final del curso, el cual será criticado, evaluado y monitoreado de manera permanente.

VII. EVALUACIÓN

FÓRMULA

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

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

VIII. CRONOGRAMA

TIPO DE PRUEBA	DESCRIPCIÓN NOTA	NÚM. DE PRUEBA	FECHA	OBSERVACIÓN	RECUPERABLE
TP	TRABAJO PARCIAL	1	Semana 7	Propuesta de circulación y visual merchandising. Prueba individual.	NO
TB	TRABAJO	1	Semana 8	Proyecto de store planning para una tienda comercial. Trabajo individual.	NO
TB	TRABAJO	2	Semana 15	Propuesta de Escaparatismo de una tienda. Prueba individual	NO
TF	TRABAJO FINAL	1	Semana 17	Proyecto de una tienda por departamento. Proyecto individual.	NO

IX. BIBLIOGRAFÍA DEL CURSO

BÁSICA

FRANCISCO, Maia (2008) POP : gráfica en punto de venta. Barcelona : Index Book.
(747 FRAN)

HALL, Matthew (2009) Stores and retail spaces 10. Cincinnati, Ohio : ST Books.
(725.21 RDI)

MESHER, Lynne (2011) Diseño de espacios comerciales. Barcelona : Gustavo Gili.
(747.8521 MESH/D)

MORGAN, Tony (2011) Visual merchandising : escaparates e interiores comerciales. Barcelona : Gustavo Gili.
(659.157 MORG 2011)

RECOMENDADA

(No necesariamente disponible en el Centro de Información)

ROSSUM-WILLEMS, Marlous van y SCHULTZ, Sarah (2011) Grand stand 3 : design for trade fair stands. Amsterdam : Frame Publishers.
(725.91 GRAN)