

sílabo

Curso: **ESPACIOS COMERCIALES COMPLEJOS**

I. Datos Informativos

Código: **1804**
Carrera: **Arquitectura de Interiores**
Categoría de curso: **Formación Profesional / Obligatoria de Mención**
Crédito: **04**
Pre-requisito: **Diseño de locales comerciales, vitrina y stands**
Semestre académico: **2019-1**
Profesores: **Fausto Castañeda**
Horas semanales: **2 horas de teoría, 4 horas de practica**

II. SUMILLA

Esta asignatura de formación profesional obligatoria de mención, tiene como objetivo la integración y consolidación de los conocimientos adquiridos aplicados dentro del área de especialización elegida por con nivel de alta complejidad formal, funcional, estética y reglamentaria, aplicando todos los conceptos del diseño comercial y corporativo que cuente con la mayor cantidad de variables técnicas, tecnológicas, ambientales, señalética y amplio dominio del reglamento nacional de construcciones y de los conceptos de antropometría y ergonomía.

El contenido a tratar está referido a: armado de programa de necesidades, zonificación, identificación de problemas y soluciones, investigación del entorno, normas legales, espacios de vivienda temporal, categorías, sistemas constructivos, instalaciones especiales, equipamiento especializado, inmótica, sistema integrado, seguridad, detalles, anteproyecto y proyecto, Las unidades habitacionales de las clases: hotel y hostel, aparthotel, alojamiento turístico, acampamento (camping). Seguridad hotelera. Mantenimiento.

C

- Sustenta las ideas, acciones y juicios a partir del uso de criterios fundamentados, discerniendo entre lo relevante e irrelevante para fundamentar sus propuestas.
- Integra toda la información en una secuencia lógica de pensamiento (construcción interna del conocimiento) que lo lleve a alcanzar los resultados planteados.

Competencia general

Competencias específicas

Actitudes:

- Compromiso
- Respeto
- Trabajo en equipo

IV. PROGRAMACION DE CONTENIDOS

Semana 1: La marca y su identidad.

- La postmodernidad y el diseño Retail.
- Incorporación de nuevas herramientas en el diseño contemporáneo (multidiciplina)

Semana 2: estructura omnicanal de comunicación de marcas en retail

- Creando una identidad visual /lenguaje de marca

Semana 3: La importancia del diseño cross-functional

- Que es el Brandscaping?

- Brandscaping como nuevo concepto en diseño Retail.

Semana 4: Cuando el negocio se encuentra con el diseño.

- Store-planning aplicado.
- UX. (user experience design)

Semana 5: Visual merchandising de gestión.

- Estrategia de ventas vs estrategia visual para vender.

Semana 6: Aplicaciones del Storeplanning:

- Funcionalidad espacial y mecánica

Semana 7: Aplicaciones del Storeplanning:

- Cubicajes y rotación de productos.
- Estudio de rentabilidad por m².

Semana 8: Factores del Storeplanning

- Iluminación aplicada- aspectos técnicos
- La importancia del sonido, y la distribución de este en el espacio
- Sistemas de circuito cerrado y cámaras, como agente supervisor del funcionamiento de la tienda.

Semana 9: Preparación de un expediente técnico

- Arqueología de una tienda y la importancia de sus componentes.
- Arquitectura (planos de tabiques, cielo raso, plano de pisos, planos de ubicación de muebles, cortes constructivos)
- plano de gráficas, detalles constructivos, Instalaciones eléctricas, SCI y AA.CC.

Semana 10: iniciando la construcción de una tienda

- Compatibilización de información y coordinación con proveedores
- Diseñando una cronograma de obra y Gant

Semana 11: Organización dentro de la implementación

- Organigramas dentro de la obra
- Manuales de diseño e implementación de C.C
- Buenas practicas constructivas y supervisión de obras
- Seguridad de obra

Semana 12: Desarrollo de una implementación

- Producción de taller (acabados de materiales tipos de acabados)
- Sistemas de control de calidad (basadas en la rotación producto)
- Imprevistos o resolución de problemas fortuitos de diseño y construcción

Las semanas 13 a la 15 son críticas de los trabajos finales

V. METODOLOGIA

Ejemplificación con láminas y videos de casos seleccionados
Asesoría y críticas individuales en todo el proceso
Explicación, demostración, ejemplificación e interrogación didáctica
Práctica con retroalimentación de la investigación
Presentación de metodología proyectual de manera gráfica.

6horas: 2 teóricas

2 casuísticas

2 críticas trabajos grupales/individuales

VI. EVALUACION

La evaluación es continua.

Se tendrá en cuenta:

- Cumplimiento de requisitos: limpieza, orden, precisión

- Asistencia y trabajo en clase
- Cumplimiento de tareas asignadas
- Precisión y valoración
- Resolución de problemas con originalidad y aporte
- Integración en trabajos de grupo
- Creatividad y aporte en la propuesta

El promedio final del curso es resultado de un ponderado, compuesto por lo siguiente:

- Entrega parcial (30%)
- Evaluación Continua ▪ Tres momentos y trabajos en clase (10%, 10%, 10%, 10% = 40%)
- Trabajo Final (30%)

VII. FUENTES UCAL

Arquitectura	701.17/L14	Estética de la emergencia	Laddaga, Reinaldo	ARTE
Arquitectura	720.1/C88	Semiótica narrativa del espacio arquitectónico	Chuk, Brun	ARQUITECTURA SEMIÓTICA
Arquitectura	747/O72	Nueva arquitectura	Orrego, José	ARQUITECTURA PERUANA JOSE ORREGO
Arquitectura	711.4/J83	Arquitectura pública ahora	Jodidio Philip	ARQUITECTURA PÚBLICA EDIFICIOS PÚBLICOS
Arquitectura	720.9/B39	Del Posmodernismo a la Deconstrucción	Bernadele Omar Alberto	ARQUITECTURA
Arquitectura	720.1/E51	La gestión de proyectos interdisciplinarios	Emmitt Stephen	INTERFACES COMUNICACIÓN