

CARTA DESCRIPTIVA (FORMATO MODELO EDUCATIVO UACJ VISIÓN 2020)

I. Identificación de la unidad de aprendizaje

Instituto:	IADA	Modalidad	Presencial
Departamento :	Diseño	Créditos:	8
Materia:	DISEÑO COMERCIAL		
Programa:	Licenciatura en Diseño de Interiores	Carácter:	Obligatoria
Clave:	DIS-919200	Tipo:	Teórico-practico
Nivel:	Intermedio		
Horas:	96 Totales	Teoría:	32
		Práctica:	64

II. Ubicación

Antecedente:

Diseño Habitacional	DIS 918900
Diseño Educativo	DIS 919100
Representación Arquitectónica	ARQ 610497
Representación Dis Int	DIS 900897
Geometría Tridimensional	DIS-6006-00
Gráficos por Computadora I	ARQ 610697
Gráficos por Computadora II	ARQ 611197
Procedimientos de Construcción I	DIS 610697
Procedimientos de Construcción II	DIS 901197

80 % del nivel principiante

Consecuente: Diseño Corporativo

Clave: DIS-9194-00

III. Antecedentes

Conocimientos: Capacidades para investigar y desarrollar el análisis del espacio interior. Descripción del programa de factores, la tabla de requerimientos, el diagramas de ligas, la aplicación de los conocimientos de antropometría, ergonomía, circulaciones primarias, secundarias y terciarias, instalaciones especiales. Conocimientos prácticos de representación por medio del trazo y el boceto con calidad de línea, para la interpretación de diseño de interiores; manejo de diversas técnicas de representación, dominio de la

perspectiva cónica oblicua, dominio en la elaboración de maquetas, calidad de montaje y sobre todo, contar con los fundamentos específicos del diseño para formar con pensamiento crítico el desarrollo de la creatividad en el género Comercial.

Habilidades: Capacidad de investigación. Desarrollo de la idea al proceso creativo para su ejecución a través de las diferentes técnicas de calidad en la representación. Manejo y conocimiento de los diferentes materiales para la ejecución de los proyectos.

Actitudes y valores: De respeto, honestidad, responsabilidad, compromiso y autodeterminación. Creativo, innovador, participativo, emprendedor, observador, capacidad de razonamiento y crítica constructiva.

IV. Unidad de competencia

Que el estudiante realice proyectos de Diseño de Interiores dentro del género comercial; considerando la investigación del concepto, la temática, los diagramas de ligas, el programa de necesidades y factores, el análisis del espacio y de circulaciones, la antropometría, la ergonomía, los proveedores de mobiliario y materiales de recubrimiento, los sistemas constructivos y de iluminación, instalaciones específicas y especiales, la selección del estilo, la armonía del color y los aspectos psicológicos del color, el diseño de la imagen con sus aplicaciones de logotipo, slogan y las variantes de acuerdo al concepto y todos los accesorios complementarios, utilitarios y decorativos, concluyendo con la presentación y exposición de calidad del proyecto. Sin perder de vista que, en todo el proyecto, debe prevalecer la esencia fundamental del diseño creativo, la viabilidad y el cuidado del medio ambiente.

Además de conocer los principios del marketing en espacios comerciales y las nuevas tendencias que se presentan actualmente en el diseño interior comercial.

V. Niveles de competencia educativa

Nivel 1

- * Competencias basadas en ubicación escolar y de carrera
- * Competencias de comprensión y redacción
- * Desarrollo continuo de actividades y valores
- * Habilidades de analizar críticamente la información
- * Espíritu educativo y empresarial

Nivel 2

- * Habilidades de relaciones interpersonales

- * Competencias interpretativas y argumentativas

Nivel 3

- * Competencias que requieren autonomía e incluso responsabilizarse por otros
- * Competencias de relación de contenidos con su aplicación práctica en la vida real

VI. Compromisos formativos

Intelectual: El estudiante analiza y aplica los enfoques y metodologías de la planeación educativa. Identifica el marco socio-histórico en el cual se desarrollan los procesos de la planeación educativa y elabora el marco explicativo y procedimental respecto que esta actividad fundamental en su formación profesional.

Humano y social: El estudiante reflexiona y lleva a la práctica las implicaciones éticas de los procesos de planeación educativa de los requerimientos para que realicen con equidad y justicia social.

Profesional: El estudiante incorpora los elementos fundamentales de la planeación educativa de forma que pueda diseñar, orientar, asesorar y/o animar a proyectos educativos diversos, así como intervenir en la toma de decisiones para el mejoramiento educativo de su institución o comunidad.

VII. Condiciones de operación técnica

Espacio: Aula taller de proyecto

Laboratorio: N/A

Población: 20

Restiradores y bancos; equipo de cañón y lap top, tomacorrientes.

VIII. Contenidos y tiempos estimados

Temas	Contenidos	Actividades
Presentación General (1 sesión)	Encuadre de la materia	Presentación docente-estudiantes, descripción de expectativas y presentación del curso. Presentación de carta descriptiva y requerimientos de materias antecedentes.

<p>1.- Introducción al género comercial. (2 Sesiones)</p>	<p>Que el estudiante conozca la definición del género comercial y sus diversos enfoques.</p>	<p>Realizar una Investigación del significado de espacio comercial: definición, origen y clasificación Exposición por parte del docente.</p>
<p>1.1.- Tipología de espacios comerciales (1 Sesión)</p>	<p>Que el estudiante conozca los distintos tipos de espacios comerciales y las diferencias entre espacios</p>	<p>Presentación e investigación por parte de los alumnos. Presentación por parte del docente.</p>
<p>2.- Elementos del diseño de interiores comercial. (Visual Marketing) (2 Sesiones)</p>	<p>Que el estudiante conozca el concepto de visual marketing y los elementos más importantes del diseño comercial.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aparador o escaparate exterior • Aparador Interior • Punto de venta • Tipos de distribución (<i>Layout</i>) • Tipos de iluminación • Relación imagen corporativa / diseño interior/ publicidad • Concepto 	<p>Exposición del docente de las temáticas indicadas. Ejercicios prácticos para la aplicación de conceptos aprendidos.</p>
<p>3.- Nuevas tendencias en el diseño de interiores comercial (1 Sesión)</p>	<p>Que el estudiante se familiarice con las nuevas tendencias del diseño de espacios comerciales.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseño emocional • Diseño de experiencias • <i>Neuromarketing</i> 	<p>Investigación y exposición por equipo por parte de los alumnos acerca de las tendencias en el diseño de espacios comerciales. Exposición complementaria por parte del docente.</p>
<p>4.- Proyecto de diseño de espacio comercial 4.1. Investigación de locales comerciales en Ciudad Juárez (2 Sesiones)</p>	<p>Que el estudiante conozca las particularidades de los locales comerciales en Ciudad Juárez.</p>	<p>Investigación y exposición por equipo por parte de los alumnos acerca de las tendencias en el diseño de espacios comerciales. Exposición complementaria por parte del docente.</p> <p>Investigación por parte del alumno en donde deberá conocer:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dimensiones • Costos • Restricciones • Características espaciales interiores • Características arquitectónicas <p>de locales comerciales en distintos centros comerciales de la ciudad como Las Misiones, Plaza Juárez</p>

<p>4.2 Elección de tipo de espacios comercial para proyecto a realizar (1 Sesión)</p> <p>4.3 Perfil de usuario y requerimientos de uso del espacio a proyectar (1 sesión)</p> <p>4.4 Fase analítica del proyecto (3 sesiones)</p>	<p>Que el alumno elija el tipo de local a trabajar para la realización del proyecto</p> <p>Que al alumno identifique el perfil de usuario del cliente del espacio comercial a diseñar, el nicho de mercado al que ira dirigido su proyecto y los requerimientos de uso del espacio.</p> <p>Que el estudiante realice el análisis espacial previo para identificar las posibilidades de diseño.</p>	<p>Mall, Plaza Sendero, Plaza Las Torres, Plaza monumental, etc.</p> <p>Exposición de los resultados de la investigación de campo.</p> <p>Trazo de la planta arquitectónica para la realización del proyecto a realizar.</p> <p>Realización del perfil de usuario y requerimientos de uso del espacio comercial a diseñar.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Programa de necesidades 2. Listado de áreas (públicas, privadas y de servicio) 3. Diagramas de burbujas (por área y por actividades) 4. Matriz adyacente 5. Factores antropométricos y ergonómicos 6. Planta de análisis de sitio 7. Planta de zonificación
<p>4.5 Conceptualización (3 Sesiones)</p> <p>4.6 Tabla de materiales y mobiliario (2 Sesiones)</p>	<p>Que el estudiante desarrolle, proyecte y bocete las primeras ideas de diseño, haciendo uso de ejercicios de conceptualización y creatividad.</p> <p>Que el estudiante haga una selección previa de materiales, acabados, mobiliario y paletas cromáticas para la propuesta</p>	<p>Realizar la descripción del concepto y la selección de su tema de diseño.</p> <p>Realización de la planta conceptual</p> <p><i>Board</i> de materiales, acabados, mobiliario y paletas cromáticas preseleccionadas</p>

<p>4.7 Planta de distribución (4 sesiones)</p>	<p>Que el estudiante proponga la distribución del espacio comercial de acuerdo a la teoría presentada en el primer bloque de la materia.</p>	<p>Revisión de propuesta de distribución en sucio para correcciones.</p> <p>Realización de planta de distribución en limpio con calidades</p>
<p>4.7 Planta de diseño de pisos (2 sesiones)</p>	<p>Que el alumno haga la propuesta de los distintos tipos de recubrimientos en piso del espacio comercial</p>	<p>Elaborar la planta de diseño de piso con propuesta de materiales y especificaciones</p>
<p>4.8 Planta esquemática de diseño de plafones e iluminación. (2 Sesiones)</p>	<p>Que el alumno haga una selección de luminarias y proponga diseño de plafones del espacio comercial.</p>	<p>Elaborar una planta esquemática de plafones y luminarias, especificando materiales y proveedores.</p>
<p>4.8 Alzados y diseño de muros (3 Sesiones)</p>	<p>Que el estudiante realice el trazo de alzados y diseño de muros aplicando los conceptos del diseño, de acuerdo al concepto elegido.</p>	<p>Realizar el trazo de los alzados y diseños de muros, representando colores, formas y texturas de los materiales elegidos para su propuesta.</p> <p>Realizar la tablas de composición de alzados con materiales y especificaciones</p>
<p>4.9 Diseño de aparadores (4 Sesiones)</p>	<p>Que el estudiante realice su propuesta de diseños de aparador interior y exterior</p>	<p>Realizar la propuesta del aparador principal exterior y un aparador aplicando los conceptos teóricos explicados en la primera parte del curso.</p> <p>Realización de maqueta de aparador exterior.</p>

<p>4.10 Diseño de mueble de <i>display</i>. (3 Sesiones)</p>	<p>Que el estudiante realice una propuesta de dos muebles de <i>display</i> de acuerdo al tema con detalles constructivos, especificaciones y bocetos.</p>	<p>Realizar el trazo y la representación de los dos diseños de <i>display</i> con las especificaciones de materiales, acabados y dimensiones correspondientes.</p>
<p>4.11 Diseño de punto de venta o área de cobro. (2 Sesiones)</p>	<p>Que el alumno realice la propuesta del punto de venta o área de cobro de su propuesta de espacio comercial.</p>	<p>Realizar el trazo de la propuesta del punto de venta o área de cobro en isométrico con las especificaciones de materiales y dimensiones correspondientes.</p>
<p>4.12 Trazo de perspectivas (5 sesiones)</p>	<p>Que el estudiante realice el trazo de la perspectiva digital.</p>	<p>Realización y revisión de volumetría Realización y revisión de volumetría con materiales Realización y revisión de <i>renders</i> finales.</p>
<p>4.13 Realización de posters finales para la presentación del proyecto final (3 Sesiones)</p>	<p>Que el estudiante realice tablas de composición para realizar un poster que integre sus propuestas en el proyecto.</p>	<p>Realizar tablas de composición que incluyan las propuestas realizadas, las especificaciones, materiales y proveedores.</p>
<p>4.14 Montaje de proyecto de diseño comercial (1 sesión)</p>	<p>Que el estudiante realice el montaje de su proyecto de espacio comercial</p>	<p>Realizar el montaje de su trabajo y la forma de exponerlo de manera creativa y con profesionalismo.</p>
<p>4.15 Entrega y exposición de proyecto de diseño comercial</p>	<p>Que el alumno realice su entrega en tiempo y forma, bajo los requerimientos especificados.</p>	<p>Realizar el montaje en la exposición final.</p>

Metodología Institucional:

- a) Proceso de investigación (según el nivel) consultando fuentes bibliográficas, hemerográficas e Internet, revistas arbitradas.
- b) Visitas a distintos lugares relacionados al tema.
- c) Elaboración de bitácora con el acopio de la información artículos actuales y relevantes a la materia.

Estrategia del Modelo UACJ Visión 2020 recomendadas para el curso:

- a) Aproximación empírica a la realidad
- b) Búsqueda, organización y recuperación de información
- c) Comunicación horizontal
- d) Descubrimiento
- e) Ejecución-ejercitación
- f) Elección, decisión
- g) Evaluación
- h) Internalización
- i) Investigación
- j) Metas cognitivas
- k) Planeación, previsión y anticipación
- l) Problematización
- m) Proceso de pensamiento lógico y crítico
- n) Proceso de pensamiento creativo divergente y lateral

- o) Procesamiento, apropiación-construcción
- p) Significación generalización
- q) Trabajo colaborativo
- r) Sensibilización
- s) Significación y generalización
- t) Trabajo colaborativo

Competencias genéricas:

Capacidad teórico-práctico en la elaboración, ejecución y representación de diferentes proyectos de interiores.

Aplicación del pensamiento crítico y creativo.

Actualización, selección, uso y aplicación de los diferentes productos en el mercado actual de proveedores de mobiliario, equipo, recubrimientos y acabados, para su aplicación en un proyecto de diseño.

Habilidad para el acopio de datos en la relación cliente /usuario dentro de los espacios interiores.

Capacidad de análisis del usuario y su entorno.

Capacidad de trabajo en equipo interdisciplinario.

Competencias específicas:

Aprender y comprender la actividad comercial y su relación con el diseño de interiores basado en la actividad de compra venta de un producto o servicio.

Aplicar el conocimiento a través del desarrollo del diseño para resolución de problemas de espacios comerciales en la relación del espacio cliente y usuario.

Habilidad de transmitir la idea creativa a través de las diversas herramientas graficas de representación.

Generar proyectos comerciales ya sea para la venta de productos o servicios.

Generador de ideas innovadoras que estén a la vanguardia en cualquier giro comercial.

Selecciona, aplica y utiliza materiales, equipo y mobiliario en las propuestas del diseño comercial.

Generador de propuestas basadas en el respeto y cuidado al medio ambiente.

Capacidad de análisis de los espacios físicos, diagramas de funciones y de áreas.

Conocimiento y aplicación de la antropometría, ergonomía, sistemas constructivos, instalaciones especiales. Aplicación de la teoría en el manejo, aplicación, significado y simbología del color.

X. Elementos de evaluación				
CRITERIOS		INDICADORES DE LOGRO		Porcentaje
Investigación		Presentación de las definiciones acertadas al tema basadas y respaldadas por teóricos. Definición del concepto, temática y estilo. Capacidad de análisis del espacio a diseñar.		30%
Anteproyecto		Elaboración y ejecución del diseño basado en la investigación y el análisis. Proceso creativo. Viabilidad e innovación del proyecto. Aplicación del trazo. Justificación y pertinencia del proyecto.		30%
Proyecto ejecutivo		Aplicación de técnica de representación, del color, calidad de tinta, nomenclatura, especificaciones.		20%
Presentación final		Montaje, selección de material, limpieza en la técnica de corte y montaje.		10%
Exposición		Montaje, elementos de ambientación,.		10%
Total				100%
<p>Nota: En este rubro se recomienda desarrollar los criterios de acuerdo a las actividades que se propusieron en la programación, así como especificar el desarrollo de los indicadores de los logros obtenidos, posteriormente se le asignará un porcentaje a cada uno de los criterios a evaluar.</p>				
Plantilla	Aprendiz	Destacado	Competente	Competente Destacado
Númerica				
	70%	80%	90%	100%
<p>Nota: La plantilla numérica se utiliza para identificar el nivel en que se centrará el estudiante al finalizar la asignatura, de acuerdo a su desempeño y compromiso.</p>				

XI. Bibliografía

Broto, Carles, *Espacios Comerciales: Nuevos conceptos, Espacios comerciales* : Structure, Barcelona, 2005

Biosca, Domènec.- **100 ideas para atraer clientes a un restaurante / Domènec Biosca**; Barcelona : Gestión 2000, 2003; Clasificador BOC: TX911.3M3

Biosca, Domènec.- **1000 detalles que hay que cuidar en un hotel, un restaurante, un bar / Domenec Biosca.**; México: Limusa, 199; Clasificador BOC: TX911

Dahmer, Sondra J., Kahl, Kurt W., Ducar Maluenda, Pedro.- **Restaurantes: servicio básico / Sondra J. Dahmer, Kurt W. kahl; tr. Pedro Ducar Maluenda.**; Zaragoza, España; Editorial Acirbia, 2003 TX925; Clasificador BOC: TX925-TX925 D3518

Dahinden, Justus., Kühne, Günther.- **Nuevos restaurantes / introducción: Justus Dahinden; comentarios: Günther Kühne.**; Barcelona: G. Gili, 1974.; Clasificador BOC: NA7855

Fonseca, Xavier.- **Las Medidas de una casa: Antropometría de la vivienda**; Pax México L.C.C.S.A.; 2008; p. 128; ISBN 9688606561, 9789688606568

Moxon, Sian, **Sostenibilidad en Interiorismo**, Art Blume, Barcelona, 2012

Neufer, Ernst, **Neufert: Arte de proyectar en arquitectura**, Ed. Gustavo Gil, España, 200

Panero, Julius; Zelnik, Martín.- **Las Dimensiones Humanas En Los Espacios Interiores**; Gustavo Gili, S.A.; México, D.F.; 1984; p. 321.

Plazola, Alfredo.- *Enciclopedia de Arquitectura*; Ed. Plazola; Edo de México; 1994; p. 703.

Sánchez Feito, José Manuel.- **Procesos de servicio / José Manuel Sánchez Feito**; Madrid : Síntesis, 2001.; Clasificador BOC: TX946.5

De Haro, Fernando, Fuentes, Galasso; **Espacios en arquitectura IV: oficinas, restaurantes y espacios comerciales; ed. arquitectos mexicanos**; Mexico, 2003.

Mendez, Sainz **Eloy; Arquitectura transitoria: Espacios de paso y simulación de la frontera Mexico Estados Unidos**; Ed. El Colegio de Sonora; ITSS, ITSEM, 2002.

Guy Julier.- **“La Cultura del Diseño”**; Gustavo Gili; 2003; Número de referencia: 24183

Bibliografía completaría para consulta general

Araluce Letamendía, María del Mar.- **Empresas de restauración alimentaria: un sistema de gestión global / María del Mar Araluce Letamendía.**; Madrid : Díaz de Santos, c2001. Clasificador BOC: TX911.3M27

Bachs Grimal, Jordi., Vives Serra, Roser.- **Servicio y atención al cliente en restauración / Jordi Bachs Grimal, Roser Vives Serra.** Madrid : Síntesis, 2002.; Clasificador BOC: TX945

Bachs, Jordi.; Vives, Roser; Herrero, Gonzalo.- **3 Servicio de cafetería y bar / Jordi Bachs, Roser Vives, Gonzalo Herrero**; Madrid : Síntesis, 2001.; Clasificador BOC: TX945

Bachs, Jordi., Vives, Roser., Herrero, Gonzalo.- **Servicio de cafetería y bar / Jordi Bachs, Roser Vives, Gonzalo Herrero.**; Clasificador BOC: TX945

Bachs Grimal, Jordi., Vives Serra, Roser.- **Servicio y atención al cliente en restauración / Jordi Bachs Grimal, Roser Vives Serra.**; Madrid : Síntesis, 2002. ; Clasificador BOC: TX945

Báez Casillas, Sixto.- **Descripción de puestos en hoteles, restaurantes y bares / Sixto Báez Casillas.** ;México: Cia. Editorial Continental, c1982, 1986; Clasificador BOC: HF5549

Bizca, Domènec.- **Dirigir con éxito un restaurante en el siglo XXI / Domènec Biosca.**; Barcelona : Gestión 2000, 2003; Clasificador BOC: TX911.3M27 - 647.95/068

Bibliografía en lengua extranjera

Bous, Louis, ***This is visual merchandising***, Edit. Josep Maria Minguet, Barcelona, 2008

ST Media Group international Inc . ***VM + SD Magazine. Visual Merchandising and Store Design***, Enfield: Publishers Group, Uk, 2007

Bous, Louis, Windows of the World: Store windows that dazzle ***Windows of the world : store windows that dazzle***, Collins design, New York, NY, 2006

Monsa, Brighton, ***Design Corporate identity***, Round House, Barcelona 2012

Carles Broto; ***New Comercial Spaces***; ed. COMERNA; Barcelona; 2005; Clasificador BOC: NK 2195.556 N48

Currimbhoy Nayana, Jordan Mozer; ***Designing entrances for retail and restaurants spaces***; Rockport Pub; Gloucester, MA; US, 1999.

Barreneche, Raul A.; ***New Retail***; ed. PHAIDON, NY, USA, 2005. BOC: B372005

Cheng, Kelle; Yabuka, Narelle.- ***Hip entertaining: bars & restaurants / editorial/creative direct. Kelley Cheng; edit. Narelle Yabuka.***; Gloucester, MA: Rockport Publishers, 2005; Clasificador BOC: NK2195.R4

Minguet, Josep, María.- "***Bran & Branding 1 vol.***"; Gustavo Gili; 2003; Número de referencia: 24134

Ninemeier, Jack D., Hayes, David K.- ***Restaurant operations management: principles and practices / Jack D. Ninemeier, David K. Hayes;*** Upper Saddle River, N.J. : Pearson/Prentice Hall, c2006.; Clasificador BOC: TX911.3M27- TX911.3.M27 N566 2006-647.95/068

XII. Perfil deseable del docente

Diseñador de Interiores de profesión con experiencia en el campo laboral, actualizado en mobiliario y materiales innovadores en el tema comercial y experiencia en el ámbito académico.

XIII. Institucionalización

Responsable del Departamento: Mtra. Guadalupe Gaytán Aguirre

Coordinador/a del Programa: M.A. Cristina Macías Domínguez

Fecha de elaboración: Enero 2011

Elaboró: LDInt. Dolores García Flores y LDInt. Rosa María Garduño Islas

Fecha de rediseño: 31 de agosto de 2011

Rediseño: LDInt. Dolores García Flores y LDInt. Rosa María Garduño Islas

Fecha de rediseño: 3 de diciembre de 2012; como resultado de la XVII Jornada Académica de IADA

Rediseño: LDInt. Dolores García Flores y LDInt. Rosa María Garduño Islas

Rediseño: MDH Yolanda Candelaria Varela y MEPCAD Laura Mesta Torres

Fecha de rediseño: Enero de 2017

