



Escuela Superior
de Diseño
de Aragón

ESDA™

ENSEÑANZAS ARTÍSTICAS SUPERIORES
DE GRADO EN DISEÑO DE INTERIORES Y EN DISEÑO GRÁFICO

GUÍAS DOCENTES 2022/2023. 2º SEMESTRE
VISUAL MERCHANDISING (MATUTINO) (OP)

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA
 - 1.1. Asignatura
 - 1.2. Profesores
2. DESCRIPCIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DE LA ASIGNATURA
 - 2.1. Breve descripción
 - 2.2. Contextualización
3. CONTENIDOS
4. COMPETENCIAS
 - 4.1. Generales
 - 4.2. Transversales
 - 4.3. Específicas de la especialidad
5. METODOLOGÍA
 - 5.1. Técnicas docentes
 - 5.2. Desarrollo
 - 5.3. Trabajo del alumno
 - 5.4. Actividades evaluables
 - 5.5. Bibliografía
6. CRITERIOS DE EVALUACIÓN
 - 6.1. Instrumentos para la evaluación
 - 6.2. Criterios para la evaluación
7. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN
8. CRONOGRAMA
9. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS
10. ACUERDOS DEL DEPARTAMENTO RESPONSABLE
11. ACUERDOS DE COORDINACIÓN
12. EL ALUMNO EN LA EVALUACIÓN DE LA ASIGNATURA

1. IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

1.1. Asignatura

Denominación	VISUAL MERCHANDISING (MATUTINO)
Tipo	Optativa
Materia	Optativa
Especialidad	Diseño de Interiores y Diseño Gráfico
Curso y semestre	Cuarto Curso / 2º Semestre
Nº créditos ECTS	6
Horas lectivas semanales	3,5h Clase+1,5 h ADD
Horario de impartición	Matutino
Departamento	PROYECTOS Y TÉCNICAS DE PROYECTOS DE DISEÑO DE INTERIORES

1.1. Profesores

Nombre	Correo	Grupo
Eugenia Pérez de Mezquia	eperezdemezquia@esda.es	4º A
Pilar Sopena	mpsopena@esda.es	4º B

2. DESCRIPCIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DE LA ASIGNATURA

2.1. Breve descripción

El visual merchandising es una práctica de marketing para captar la atención del cliente. El objetivo final es conseguir aumentar las ventas, mediante el análisis de la presentación del producto, organización de los recorridos según la psicología del usuario, todo ello con los recursos propios del diseño como color, gráfica y luz.

Este ámbito de exploración del punto de venta, ha tenido un amplio desarrollo en estos últimos años, por lo que actualmente el mercado demanda profesionales con formación específica en el campo de la mercadotecnia visual.

2.2. Contextualización

La asignatura supone un acercamiento al visual merchandising desde el Diseño Interior y la capacidad de análisis dentro del espacio de venta adquirida durante el grado. Activando la incorporación de nuevos medios para la mejora en los procesos de venta y comunicación.

Supone un desarrollo real de las competencias adquiridas en los estudios de grado, y amplía el camino a los estudiantes de conocer nuevas salidas formativas, que se conectan con el diseño de espacio.

3. CONTENIDOS

Retail marketing y omnicanalidad.

Retail branding e investigación de tendencias visuales.

Product placement en visual merchandising. Layout de tienda.

Visual merchandising y escaparatismo.

Dirección y creación artística de escaparates.

Materiales y técnicas constructivas. Iluminación. Señalización.

4. COMPETENCIAS

4.1. Generales

- CG 1. Concebir, planificar y desarrollar proyectos de diseño de acuerdo con los requisitos y condicionamientos técnicos, funcionales, estéticos y comunicativos.
- CG 2. Dominar los lenguajes y los recursos expresivos de la representación y la comunicación.
- CG 3. Establecer relaciones entre el lenguaje formal, el lenguaje simbólico y la funcionalidad específica.
- CG 5. Actuar como mediadores entre la tecnología y el arte, las ideas y los fines, la cultura y el comercio.
- CG 7. Organizar, dirigir y/o coordinar equipos de trabajo y saber adaptarse a equipos multidisciplinares.
- CG 8. Plantear estrategias de investigación e innovación para resolver expectativas centradas en funciones, necesidades y materiales.
- CG 9. Investigar en los aspectos intangibles y simbólicos que inciden en la calidad.
- CG 11. Comunicar ideas y proyectos a los clientes, argumentar razonadamente, saber evaluar las propuestas y canalizar el diálogo.
- CG 16. Ser capaces de encontrar soluciones ambientalmente sostenibles.
- CG 17. Plantear, evaluar y desarrollar estrategias de aprendizaje adecuadas al logro objetivos personales y profesionales.
- CG 18. Optimizar la utilización de los recursos necesarios para alcanzar los objetivos previstos.
- CG 19. Demostrar capacidad crítica y saber plantear estrategias de investigación.
- CG 21. Dominar la metodología de investigación.
- CG 22. Analizar, evaluar y verificar la viabilidad productiva de los proyectos, desde criterios de innovación formal, gestión empresarial y demandas de mercado.

4.2. Transversales

- CT 1. Organizar y planificar el trabajo de forma eficiente y motivadora

- CT 2. Recoger información significativa, analizarla, sintetizarla y gestionarla adecuadamente.
- CT 3. Solucionar problemas y tomar decisiones que correspondan a los objetivos del trabajo que se realiza.
- CT 6 Realizar autocrítica hacia el propio desempeño profesional e interpersonal.
- CT 8. Desarrollar razonada y críticamente ideas y argumentos.
- CT 9. Integrarse adecuadamente en equipos multidisciplinares y en contextos culturales diversos.
- CT 10. Liderar y gestionar grupos de trabajo.
- CT 11. Desarrollar en la práctica laboral una ética profesional basada en la apreciación y sensibilidad estética, medioambiental y hacia la diversidad.
- CT 13. Buscar la excelencia y la calidad en su actividad profesional.
- CT 14. Dominar la metodología de investigación en la generación de proyectos, ideas y soluciones viables.

4.3. Específicas de la especialidad

- CEDI-1 Generar y materializar soluciones funcionales, formales y técnicas que permitan el aprovechamiento y la utilización idónea de espacios interiores.
- CEDI-2 Concebir y desarrollar proyectos de diseño de interiores con criterios que comporten mejora en la calidad, uso y consumo de las producciones.
- CEDI-4 Analizar, interpretar, adaptar y producir información relativa a la materialización de los proyectos.
- CEDI-5 Resolver los problemas estéticos, funcionales, técnicos y constructivos que se planteen durante el desarrollo y ejecución del proyecto.
- CEDI-6 Interrelacionar los lenguajes formal y simbólico con la funcionalidad específica.
- CEDI-9 Adecuar la metodología y las propuestas a la evolución tecnológica e industrial propia del sector.
- CEDI-15 Reflexionar sobre la influencia social positiva del diseño, valorar su incidencia en la mejora de la calidad de vida y del medio ambiente y su capacidad para generar identidad, innovación y calidad en la producción.

5. METODOLOGÍA

5.1. Técnicas docentes

Clases teóricas

Clases teóricas presenciales en las que se expondrán ordenadamente conocimientos relacionados con los bloques temáticos.

Clases prácticas

Clases prácticas presenciales en las que el alumno elaborará los trabajos prácticos planteados relacionados con los bloques temáticos.

Trabajos individuales

Trabajos prácticos relacionados con los bloques temáticos que el alumno elaborará individualmente tanto en el transcurso de las clases prácticas como autónomamente fuera del horario lectivo.

Trabajos en grupo

Trabajos prácticos relacionados con los bloques temáticos que el alumno elaborará integrado los grupos formados al efecto tanto en el transcurso de las clases prácticas como autónomamente fuera del horario lectivo.

Tutorías académicas individuales

Sesiones en horario lectivo en las que el profesor atenderá individualmente a cada alumno para aclarar, complementar y adaptar a las necesidades específicas el contenido de las clases teóricas y los trabajos prácticos de la asignatura.

Tutorías académicas de grupo

Sesiones en horario lectivo en las que el profesor atenderá individualmente a un determinado grupo de alumnos para aclarar, complementar y adaptar a las necesidades específicas el contenido de las clases teóricas y los trabajos prácticos de la asignatura.

Sesiones de exposición y debate

Sesiones en horario lectivo en las que, individualmente o en grupo, los alumnos expondrán y defenderán públicamente los trabajos prácticos desarrollados.

5.2. Desarrollo

El método a seguir en el desarrollo de los contenidos será mediante la realización de propuestas de proyectos, con la siguiente estructura:

- _ Investigación: Introducción al tema. Exposición de los contenidos a tratar y la búsqueda de información.
- _ Desarrollo e innovación: Realización de la propuesta con la asistencia del profesor.
- _ Entrega y exposición con corrección común del trabajo.

Las sesiones serán de corrección colectiva, de corrección individual y de trabajo. Podrán compaginarse los últimos dos tipos, de tal modo que mientras se corrigen proyectos individuales, el resto del grupo dedicará su tiempo al desarrollo de los proyectos. Se podrán realizar actividades docentes en colaboración con empresas, bien sea mediante trabajos o clases teóricas que favorezcan la visión real de la disciplina y el trabajo colaborativo.

Permite al alumno investigar, a través de la propia experiencia, con el proceso de trabajo en equipos en el que, además, el contacto con la empresa real aporta una visión específica del proyecto en cuanto a metodología, análisis del problema y resolución del mismo, aumentando las competencias profesionales del diseñador.

5.3. Trabajo del alumno

Actividades	Horas
Actividades dirigidas	
Clases teóricas	8
Clases prácticas	50
Presentación de trabajos y proyectos	2
Realización de exámenes y revisión	1.5
Actividades supervisadas	
Asistencia a las tutorías	1.5

Actividades de trabajo autónomo	
Estudio	10
Preparación y realización de trabajos	75
Asistencia a exposiciones o conferencias	2
TOTAL VOLUMEN DE TRABAJO	150

5.4. Actividades evaluables

Convocatoria ordinaria

La convocatoria ordinaria de esta asignatura se desarrolla preferiblemente durante el segundo semestre para adecuarse a los condicionantes de las empresas colaboradoras.

Trabajo de curso

Se trabajará un proyecto común entre toda la clase, en la medida de lo posible un trabajo real en colaboración con una asociación de comerciantes o con una empresa RETAIL.

Proyecto colaborativo entre los alumnos de clase para definir una estrategia común de comunicación a modo de campaña publicitaria. A cada alumno se le asignan 2 comercios distintos y tendrá que desarrollar de manera individual dos proyectos distintos para cada uno de los 2 comercios asignados. Se realizará un trabajo previo de análisis del producto de venta, su exposición y mejora aplicando las tendencias actuales y los conceptos de la asignatura en ambos comercios en paralelo. Los alumnos deberán presentar el concepto al cliente, crear el diseño del espacio visual, realizar el desarrollo desde el inicio hasta la entrega del mismo, incluido los dimensionamientos de producto, la fabricación y el montaje real, ajustándose a un presupuesto dado. El desarrollo y montaje real de todos los escaparates se desarrollará de manera colaborativa entre todos los alumnos. Se realizará a lo largo del semestre, definido y estructurado en el tiempo según se indica en el Cronograma adjunto.

Las sesiones serán de corrección colectiva, de corrección individual y de trabajo. Podrán compaginarse los últimos dos tipos, de tal modo que mientras se corrigen los trabajos individualmente, el resto del grupo dedicará su tiempo al desarrollo de los mismos.

Trabajo de actividades docentes dirigidas

Se realizará un trabajo tipo teórico de documentación en apoyo del trabajo de curso y se seguirá su evolución en las sesiones de docencia dirigida personalizada.

Trabajo de documentación del proceso del proyecto utilizado según la metodología del SPRINT DESIGN: Comprender + Definir + Bocetar + Decidir + Prototipo + Valorar.

Documentación del proceso de la creación de la campaña publicitaria, de la estrategia común de comunicación en los escaparates de la asociación de comerciantes. Análisis del estado actual

de cada comercio desde el punto de vista del visual merchandising, layout actual de la tienda, categorización del producto, puesta en valor del producto de venta y propuestas de mejora aplicando las últimas tendencias. Documentación de los escaparates propuestos, su ideación, su desarrollo, la fabricación, el montaje y el presupuesto real utilizado. Difusión e impacto de la intervención. Conclusiones.

Se buscará que el alumno demuestre la capacidad de investigación y argumentación que justifique las propuestas realizadas en los 2 comercios reales asignados.

- **TADD:** Memoria + 2 paneles A3 resumen de cada escaparate.

Estas propuestas son orientativas y pueden verse modificadas y/o algunas actividades eliminadas para adaptarse a los colaboradores externos en función de los proyectos reales planteados cada curso.

Prueba final

Prueba de carácter teórico-práctico al final del semestre para los alumnos que hayan perdido el derecho a la evaluación continua.

Convocatoria extraordinaria

Se compondrá de un examen teórico-práctico y la entrega de los trabajos de curso y de las actividades docentes dirigidas.

Tercera y cuarta convocatoria

La asistencia a clase no es obligatoria, pero se sigue requiriendo un contacto habitual con el profesor de dicha asignatura.

5.5. Referencias Bibliográficas

GENERAL

- Arnheim, R. (2001), *La Forma visual de la arquitectura*, Editorial Gustavo Gili.
- Berger, J. (2000). *Modos de ver*. Editorial Gustavo Gili.
- Brooker, G., & Stone, S.(2010). *Elementos y Objetos. Arquitectura de Interiores*. Nerea Editorial S.A.
- Brooker, G.(2013). *Interiores esenciales desde 1900*. Editorial Blume.
- Brooker, G., & Stone, S(2010). *What is Interior Design?*. Editorial Rotovisión S.A.
- Brown, R.(2012). *Materiales en Interiorismo*. Editorial Blume.
- Campo Baeza, A. (2009). *Pensar con las manos*. Editorial Nobuko.
- Ching, F. (2013). *Dibujo y proyecto*. Editorial Gustavo Gili.
- Ching, F. (2011).*Diccionario visual de arquitectura*. Editorial Gustavo Gili.
- Ching, F. (2011).*Diseño de interiores: un manual*. Editorial Gustavo Gili.
- Gibbs, J. (2006). *Diseño de interiores. Guía útil para estudiantes y profesionales*. Editorial Gustavo Gili.

- Glasner, B., & Schmidt, P. (2009). *Chroma Design Architecture and Art in Color*. Editorial Birkhauser Verlad AG.
- Grimley, C., & Love, M. (2009). *Color, espacio y estilo. Detalles para diseñadores de interiores*. Editorial Gustavo Gili.
- Haro, F., & Fuentes, O. (2008). *Espacios 10, Forma y Volumen*. Editorial AM Editores S.A.
- Jacini, M. (2000). *Arquitectura para interiores*. Editorial De Vecchi.
- Mc Cloud, K. (2004). *Elegir colores. Más de 700 colores para transformar interiores*. Editorial Blume.
- Mini, L./ Chris, G.(2014). *Color, estilo y espacio. Detalles para diseños de interiores*. Edt. Gustavo Gili.
- Munari, B. (2013) *¿Cómo nacen los objetos? Apuntes para una metodología proyectual*. Edt. Gustavo Gili.
- Munari, B. (2014) *Diseño y comunicación visual. Contribución a una metodología dicáctica*. Edt. Gustavo Gili..
- Neff, L., & Neufert,, P. (2012). *Casa, vivienda, jardín*. Editorial Gustavo Gili.
- Papanek, V. (2014) *Diseñar para el mundo real. Ecología humana y cambio social*. Pol.len edicions.
- Pelta, R. & Pol.len edicions (Comp.) (2014) *Victor Papanek. Textos en torno a un diseñador crítico*. Pol.len edicions
- Penny, S.(2008). *The Modern Interior*. Editions Reaction Books.
- Pile, J. H. (2009). *History of Interior Design*. Editorial Laurence King Publishing.
- Porter,S., & Goodman,S. (1985). *Manual de técnicas gráficas para arquitectos, diseñadores y artistas*. Editorial Gustavo Gili.
- Schittich, C. (2004). *Interiores: espacio, luz, material*. Editorial: Birkhauser.
- Schulz-Dornburg, J. (2002). *Arte y Arquitectura: nuevas afinidades*. Editorial Gustavo Gili.
- Serrat, M. (2011). *Star Interior Designers. Las estrellas del diseño interior y la decoración*. Editorial Loft Publications..
- Wong, W. (2013). *Fundamentos del diseño*. Edt. Gustavo Gili.

ESPECÍFICA

- Acaso, M. (2009). *El lenguaje visual*. Barcelona: Paidós.
- Aicher, O. (2002). *Sistemas de signos en la comunicación visual*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Bavister, Steve (2001), *Técnicas de iluminación*. Productos alimenticios, editorial Omega, Barcelona.
- Brarda, M.C. (2016). *Motion graphics: la dirección creativa en branding de TV*. Barcelona: Gustavo Gili.

- CARLOS DE CASTRO, Enrique; Merchandising. Teoría y práctica. Ediciones Pirámide. Chueca, Pilar (2006), Tiendas. Top Shops, editorial Links, Barcelona.
- Dondis, D. (2008). La sintaxis de la imagen: introducción al alfabeto visual. Barcelona: Gustavo Gili.
- Entwistle, Jill (2012), El detalle en el diseño contemporáneo de iluminación, editorial Blume, Barcelona.
- Freeman, M. (2012). La narración fotográfica: ensayo y reportaje visual. Barcelona: Blume.
- INNES, Malcolm (2012), Iluminación en interiorismo, editorial Blume, Barcelona.
- Lankow, J. (2013). Infografías: el poder del story telling visual. Barcelona: Gestión 2000.
- Lara, L. (2012). Por qué unas tiendas venden y otras no: claves del éxito en retail. Barcelona: Libros de Cabecera.
- MÁS SÁNCHEZ, Eduardo; Introducción al escaparatismo. Editorial: Cámara de comercio de Murcia.
- MÁS SÁNCHEZ, Eduardo; Manual del pequeño comercio - merchandising para comercios minoristas. Editorial: Cámara de Comercio de Murcia.
- Morgan, T. (2008). Visual merchandising: escaparates e interiores comerciales. Barcelona: Gustavo Gili.
- MORGAN, Tony; Visual Merchandising, Escaparates e interiores comerciales. Editorial G.G.
- Munari, B. (2008). Diseño y comunicación visual: contribución a una metodología didáctica. Barcelona: Gustavo Gili.
- Plunkett, D. EL DETALLE EN EL DISEÑO CONTEMPORÁNEO DE LOCALES COMERCIALES, Editorial: BLUME, 2012
- Pratch, K, TIENDAS. PLANIFICACIÓN Y DISEÑO, Editorial: GUSTAVO GILI, 2008
- SIMS, Mitzi (1991), Gráfica del entorno. Signos, señales y rótulos. Técnicas y materiales, editorial Gustavo Gili, Barcelona.
- SOTO, Pablo (2002), Escaparatismo, editorial Librería Universitaria de Barcelona S.L., Barcelona.
- Stoklossa, U. (2006). Trucos publicitarios: instrucciones sobre seducción visual. Barcelona: Gustavo Gili.
- VALENCIA LÓPEZ, Víctor; Escaparatismo e imagen comercial exterior. Editorial Esic.
- V.V.A.A. (2014). Just a little book about visual poetry. Barcelona: Index Book.

6. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. La concepción, planificación y desarrollo de proyectos de diseño de acuerdo con los requisitos y condicionamientos técnicos funcionales, estéticos y comunicativos.
2. El dominio de los lenguajes y los recursos expresivos de la comunicación y la representación.
3. La utilización de los recursos necesarios para alcanzar los objetivos previstos.
4. La capacidad de generar soluciones funcionales, formales, técnicas que permitan el aprovechamiento de los espacios interiores.

5. La capacidad de desarrollar y concebir proyectos de diseño de interiores.
6. La capacidad de analizar, interpretar, adaptar y producir información relativa a la materialización de los proyectos.
7. La resolución de problemas estéticos, funcionales, técnicos y constructivos que se planteen durante el desarrollo y ejecución del proyecto.
8. La capacidad de interrelacionar los lenguajes formales y simbólicos con la funcionalidad específica.
9. La capacidad autocrítica y la capacidad de buscar la excelencia y la calidad en el desarrollo de sus actividades.
10. La capacidad crítica y el planteamiento de estrategias de investigación.

Convocatoria ordinaria

Trabajo de curso y de actividades docentes dirigidas

Los trabajos se valorarán según los criterios establecidos en su convocatoria. El alumno deberá elaborar y entregar los trabajos en la fecha prevista, atendiendo a los criterios establecidos, con una secuenciación adecuada de ideas, expuestas de manera clara y ordenada, diferenciando los datos utilizados, su origen, y las aportaciones personales, todo ello en un lenguaje comprensible y que cumpla las normas de ortografía.

Los trabajos entregados fuera de plazo sin causa justificada o que estén incompletos estarán suspendidos. Los trabajos suspendidos se podrán recuperar a lo largo del semestre. La entrega se realizará en la fecha propuesta por el profesor.

El alumno expondrá y defenderá delante de un grupo de compañeros y del profesor las ideas más relevantes de su proyecto, de una manera clara y eficaz.

El alumno comentará las ideas expuestas por otros compañeros ampliando sus aportaciones, ejemplificando o relativizando las mismas.

Asistencia a clases presenciales

En el caso que se supere el 20% de faltas durante las horas de clases presenciales se perderá el derecho a evaluación continua.

Prueba final convocatoria ordinaria

Los alumnos que hayan perdido el derecho a la evaluación continua deberán realizar una prueba teórico-práctica al final del semestre a la vez que entregarán todos los trabajos de curso y A.D.D. realizados en la asignatura. El examen deberá tener una calificación mínima de 5 puntos sobre 10 para poder aprobar la asignatura.

Convocatoria extraordinaria

Los criterios de evaluación serán los mismos en la convocatoria ordinaria y extraordinaria.

7. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Real Decreto 1614/2009 de 26 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas artísticas superiores reguladas por la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación. (BOE 27 de octubre de 2009), en su Artículo 5 dice textualmente:

1. La obtención de los créditos correspondientes a una materia comportará haber superado los exámenes o pruebas de evaluación correspondientes.
2. El nivel de aprendizaje conseguido por los estudiantes se expresará mediante calificaciones numéricas que se reflejarán en su expediente académico, junto con el porcentaje de distribución de estas calificaciones sobre el total de estudiantes que hayan cursado las materias correspondientes en cada curso académico.
3. La media del expediente académico de cada estudiante será el resultado de la aplicación de la siguiente fórmula: suma de los créditos obtenidos por el estudiante multiplicados cada uno de ellos por el valor de las calificaciones que correspondan y dividida por el número de créditos totales obtenidos por el estudiante.
4. Los resultados obtenidos por el estudiante en cada una de las asignaturas del plan de estudios se calificarán en función de la siguiente escala numérica de 0 a 10, con expresión de un decimal, a la que podrá añadirse su correspondiente calificación cualitativa:

0-4,9: Suspenso (SS)

5,0-6,9: Aprobado (AP).

7,0-8,9: Notable (NT).

9,0-10: Sobresaliente (SB).

La mención de «Matrícula de Honor» podrá ser otorgada a los estudiantes que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder del cinco por ciento de los matriculados en una asignatura en el correspondiente curso académico, salvo que el número de estudiantes matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola «Matrícula de Honor».

Los criterios de evaluación enumerados en el apartado 6 anterior se reflejarán en las calificaciones según los siguientes coeficientes de ponderación.

Criterios de calificación para ejercicio teórico/práctico:

Tabla 1.

ASPECTO	CRITERIOS	%PONDERACIÓN EN CALIFICACIÓN
Investigación y metodología	3, 10	15%
Conceptualización e ideación	1, 8	15%
Desarrollo y formalización	4, 5, 6, 7	40%
Comunicación	2	20%
Calidad y autonomía	9	10%

Criterios calificación para ejercicio teórico de investigación:

Tabla 2.

ASPECTO	CRITERIOS	%PONDERACIÓN EN CALIFICACIÓN
Investigación y metodología	3, 10	50%
Comunicación	2	10%
Calidad y autonomía	9	40%

Criterios de calificación de prueba/examen:

Para exámenes de carácter teórico/práctico se aplicará la tabla 1 y para exámenes de carácter teórico se aplicará la tabla 2.

En el caso que estos procesos y en consecuencia sus criterios de evaluación se tuvieran que modificar por circunstancias docentes se especificará en el ejercicio.

Convocatoria ordinaria

La nota final se compondrá en un 80% de la media de los trabajos de curso, para aprobar la asignatura deberán estar presentados todos los ejercicios prácticos. Para poder aprobar los trabajos tienen que tener una calificación de 5 o superior. El 20% restante de la nota se evaluará sobre la media de las actividades docentes dirigidas. Se requiere un aprobado en ambos apartados para poder aprobar la asignatura. La nota final será según el sistema de calificación.

Prueba final convocatoria ordinaria

La nota final se compondrá en un 20% de la prueba, un 64% de los trabajos de curso y un 16% de los trabajos realizados por de actividades dirigidas. Es necesario tener una nota de aprobado en todos los apartados para poder aprobar la asignatura.

Convocatoria extraordinaria

La nota final se compondrá en un 20% de la nota del examen final, un 64% de los trabajos de curso y un 16% de los trabajos realizados por de actividades dirigidas. Es necesario tener una nota de aprobado en todos los apartados para poder aprobar la asignatura.

8. CRONOGRAMA

VISUAL MERCHANDISING

	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S9
Clases teóricas	1, 2, 3	4	5	6				
Trabajos clase		TC	TC	TC	TC	Jorn.	TC	TC

Trabajos ADD		TADD	TADD	TADD	TADD	TADD	TADD	TADD
--------------	--	------	------	------	------	------	------	------

	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16 EST. y EXTRA. SEM1. 29-2 Jun..	S17 EXAM. ORD. SEM2 5-9 Jun.
Clases teóricas								
Trabajos clase	TC	TC	TC	TC	TC			
Trabajos ADD	TADD	TADD	TADD	TADD	TADD	TADD		

CLASES TEÓRICAS	TRABAJOS DE CLASE	TRABAJOS DE ADD
<p>1 Retail marketing y omnicanal.</p> <p>2 Retail branding e investigación de tendencias visuales.</p> <p>3 Product placement en visual merchandising. Layout de tienda.</p> <p>4 Visual merchandising y escaparatismo.</p> <p>5 Dirección y creación artística de escaparates.</p> <p>6 Materiales y técnicas constructivas. Iluminación. Señalización.</p>	<p>TC Proyecto real en colaboración con una asociación de comerciantes Zaragoza Esencial. Estrategia común de comunicación en los escaparates de los comercios. El alumno realizará de forma individual el diseño y montaje de los escaparates de 2 comercios.</p>	<p>TADD Trabajo de documentación del proceso del proyecto utilizado según la metodología del SPRINT DESIGN.. Documentación del proceso de la creación de la campaña publicitaria. Análisis del estado actual de cada comercio desde el punto de vista del visual merchandising, layout actual de la tienda, categorización del producto, puesta en valor del producto de venta y propuestas de mejora aplicando las últimas tendencias. Documentación de los escaparates propuestos, su ideación, su desarrollo, la fabricación, el montaje y el presupuesto real utilizado. Difusión e impacto de la intervención. Conclusiones.</p> <p>Presentación en el Viernes Abierto.</p>

COMENTARIOS:

La Semana 16, corresponde a la semana de exámenes extraordinarios del Semestre 1, y de estudio. La semana 17 corresponde a los exámenes ordinarios del Semestre 2. La temporización del cronograma es orientativa, dadas las variables y circunstancias especiales del curso.

9. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

Las actividades complementarias son las visitas o encuentros organizados desde la asignatura, así como asistencia a diferentes eventos culturales. Para que el alumno participe y profundice en adquirir conocimientos desde diferentes ámbitos profesionales.

Actividad 1: Visita a empresa colaboradora.

Actividad 2: Visita a empresa especializada en diseño y producción de espacios retail.

Actividad 3: Visita a espacios de venta y análisis de sus escaparates.

10. ACUERDOS DEL DEPARTAMENTO RESPONSABLE

Los trabajos llevarán las referencias tanto de textos como de imágenes debidamente citadas. Si se detecta plagio el ejercicio quedará automáticamente suspendido y se llevará ante el Departamento para tomar las decisiones pertinentes.

11. ACUERDOS DE COORDINACIÓN

Se acuerda que el sistema de cita y elaboración de bibliografía sea Estilo APA 7ª Edición.

Esta asignatura suele alcanzar acuerdos de coordinación con otras asignaturas optativas en función de los condicionantes de cada curso.

Posibles asignaturas implicadas en la coordinación:

Caligrafía y Lettering / Tipografía Experimental / Diseño para Redes Sociales

Objetivos de la actividad:

Que los alumnos integren conocimientos y experiencias de diseño mediante la integración de propuestas multidisciplinares, aportando mutuamente experiencia en procesos de decisión y desarrollo y ejecución real de las propuestas, según uso y temática del comercio.

12. EL ALUMNO EN LA EVALUACIÓN DE LA ASIGNATURA

El alumno podrá participar en la evaluación de la asignatura a través de las encuestas que proporciona el centro dentro del sistema de garantía de calidad.