

Diseño y armado de stands y espacios expositivos (DASEE)

LICENCIATURA EN DISEÑO INDUSTRIAL

Carrera:

Licenciatura en Diseño Industrial

Plan:

2013

Ciclo:

Ciclo de Orientación

Área:

Área Proyectual

Perfil:

Perfil Producto y perfil Textil-indumentaria

Nombre de la unidad curricular:

Diseño y armado de stands y espacios expositivos

Tipo de unidad curricular:

Asignatura

Carácter de la unidad curricular:

Optativa

Año de la carrera:

Tercero

Organización temporal:

Semestral

Semestre:

Segundo semestre

Docente responsable:

D.I. Ángela Rubino G3

Equipo docente:

Arq. Rosana Iacovazzo G3

Pedro Castillo G2

Régimen de cursado:

Presencial

Régimen de asistencia y aprobación:

Asistencia : 80% de las clases dictadas.

Aprobación de proyecto final.

Créditos:

4 créditos

Horas totales:

60hs.

Horas aula:

30

Año de edición del programa:

2023

Conocimientos previos recomendados:

Ilustración, dibujo técnico, metodologías proyectuales, nociones básicas de comunicación visual.

Objetivos

Objetivo general:

Incorporar nuevos conocimientos de diseño y promoción visual para presentar-exponer-vender productos de autoría propia o externa en espacios diversos.

Objetivos particulares:

Aplicar las herramientas y conocimientos teórico-prácticos que abarcan desde la proyección del stand o espacio expositivo, así como todos los aspectos de los sistemas de comunicación visual y estética, pasando por mobiliario, exhibidores, presentación de los productos, etc.

A partir del análisis de cada una de las unidades temáticas, comprender, ampliar y desarrollar los conceptos de la asignatura.

Contenidos

Módulo 1: Introducción

Definición de: stand (S) / espacios expositivos (EE).

Definición de Promoción visual (visual merchandising VM).

Clasificación de VM.

Clasificación de stands y espacios expositivos.

Módulo 2: Stand y Espacio expositivo

Texto y contexto: de la ciudad a la estructura física del S y EE.

Acciones dinámicas del S y EE (diferentes medios) / Dimensiones / Materiales / Iluminación / Colorimetría / Los 5 sentidos / Gráfica / Señalética.

Recursos: planta, zonas, circulación, puntos focales, productos, exhibidores, mobiliario, etc.

Módulo 3: Estudio de casos

Análisis de ejemplos nacionales e internacionales.

Visita de profesionales externos del sector.

Visita a espacios culturales.

Diseño de Stand.

Diseño de Espacio expositivo.

Módulo 4 : Proyecto propio

Proyecto por equipos.

Generación y desarrollo de ideas. La idea y su factibilidad. Logística.

Elaboración de presupuestos: viabilidad, estética, alineación con los objetivos, costos, contexto, etc.

Presentación de proyecto final.

Evaluación de proyecto, a partir de la presentación y la adecuada implementación de los conceptos teórico-prácticos compartidos en el curso.

Metodología de enseñanza:

Modalidad teórica con apoyo audiovisual, modalidad práctica de taller, visitas de profesionales del sector, visitas a espacios culturales.

Formas de evaluación:

Trabajos domiciliarios con entregas parciales (medición de avances y colectivización de ideas).

Proyecto final.

Bibliografía básica:

ANFALUM, Asociación Española de Fabricantes de Iluminación. La buena iluminación, tiendas y centros comerciales, 1ª Ed. AENOR, 2004. ISBN 978-8-4814-3399-9.

BAHAMON, Alejandro. Escaparates. Diseño de montajes efímeros. Barcelona. Parramón, 2009.

BROOKER + STONE. Forma+Estructura_La organización del espacio interior_Fundamentos de arquitectura de interiores 01. Barcelona. Promopress, 2008.

DEMETRESCO, Sylvia. Vitrina Construção de encenacoes. Sao Paulo . Senac, 2001.

Encuentro entre espacio y arte/Encuentro entre arte y espacio. Diseño espacial, estructural y gráfico para eventos y exposiciones. Barcelona. Index Book, 2007.

FENG, Peter. New Frontiers in Exhibition Design. 1er. Ed. CreateSpace Independent Publishing Platform, 18 enero de 2014. ISBN 978-1-4948-0096-3.

FLOCH, Jean Marie. Semiótica, marketing y comunicación_Bajo los signos y las estrategias. Barcelona. Paidós, 1993.

GOFFMAN, Erwing. La presentación de la persona en la vida cotidiana. Buenos Aires. Amorrortu editores, 1971.

HUGHES, Philip. Exhibition Design. 2Nd Ed. Lawrenceking, 2015. ISBN 978-1-78067-606-7.

MUNARI, Bruno. Diseño y comunicación visual_Contribución a una metodología didáctica. Barcelona. Editorial Gustavo Gili , 1985.

PAUL, Harris, AMBROSE, Gavin. Fundamentos del Diseño Creativo. Barcelona. Ed. Parramón, 2006.

REGAMEY, Rita, DEMETRESCO, Sylvia. Tipologia e Estética do Visual Merchandising. San Pablo. Estação das Letras e Cores, 2012.

SERVETTO, Mara, MIGILIORE, Ico. Commercial Exhibition Stand Design. Publishing Dist, enero 2019. ISBN 978- 1-8647-0766-3.

VELARDE, Giles. Designing Exhibitions: Museums, Heritage, Trade and World Fairs. 2Nd Ed. Routledge, 29 septiembre 2017.

WONG, Wucius. Fundamentos del Diseño bi- y tri-dimensional. Barcelona. Editorial Gustavo Gili, 1989.