



SISTEMA INTEGRADO
DE POSGRADOS
Y EDUCACIÓN PERMANENTE

Nombre del curso

DISEÑO DE VIDRIERAS Y PROMOCIÓN VISUAL

Docente responsable

Prof. D.I.Ángela Rubino

Programa reducido

Objetivo del curso:

Aplicar las herramientas y conocimientos prácticos y teóricos del visual merchandising y del diseño de las vidrieras en un espacio comercial. Estos conocimientos van desde los componentes de todo sistema de comunicación visual y estética, pasando por mobiliario, expositores, iluminación, circulación, presentación de productos, sistemas de exhibición. A partir del análisis de cada una de las unidades temáticas que se desarrollarán en el curso, comprender, ampliar y desarrollar los principales conceptos, nociones y desarrollos teórico- prácticos utilizados en la disciplina.



Profundizar en:

- Conocimientos y prácticas del visual merchandising como herramienta para la mejora en la comercialización de productos y servicios en un establecimiento, alineados al concepto de gestión de marca o institución cultural y las acciones asociadas a la misma.
- Desarrollar la capacidad para aplicar nociones y prácticas de comunicación visual en la resolución de los sistemas de diseño.

Contenidos:

Módulo 1

Vidrieras y Promoción Visual.

Historia, definición y función de vidrieras. Objetivos de las vidrieras. Efectos del Visual Merchandising (también denominado Promoción Visual); y su relación con las vidrieras. Categorías de establecimientos: cadenas, boutiques, outlets, tiendas insignia, tiendas de departamentos, concept stores, pop up stores. Texto y contexto: de la ciudad a la estructura física de la vidriera/de lo local a lo global.

Módulo 2

Estudio de casos.

Análisis del VM y vidrieras nacionales e internacionales, teniendo en cuenta: elementos de comunicación, elementos de percepción visual, fundamentos y tipos de iluminación, gráfica y señalética, planos de plantas comerciales, organización del espacio del establecimiento comercial. Recursos del VM: planta, zonas, circulación, puntos focales, productos, exhibidores, mobiliario, presentación de productos, sistemas de exposición, doblado, etiquetas, ambiente.

Módulo 3

Proyecto real.

Generación y desarrollo de ideas. La idea y su factibilidad. Logística. Elaboración de presupuestos. Cómo presentar propuestas.

Metodología de enseñanza:

El curso se desarrolla a través de diferentes modalidades didácticas: clases teóricas con apoyo audiovisual en formato digital; y prácticas de taller participativo con trabajos en clase, debates, evaluaciones colectivas, estudios de caso, análisis comparativos, acompañamiento de proyectos reales.

Dirigido a: Egresados, estudiantes, todo público, sector productivo.

Bibliografía básica:

- Bahamon, Alejandro. "Escaparates. Diseño de montajes efímeros". Barcelona. Ed. Parramón, 2009.
- Brooker+Stone. "Forma+Estructura. La organización del espacio interior. Fundamentos de arquitectura de interiores 01". Barcelona. Promopress, 2008.
- Demetresco, Sylvia y Rita Regamey. "Tipología e Estética do Visual Merchandising". Ed. Estaçoada Letras e Cores, San Pablo, 2012.
- Demetresco, Sylvia. "Vitrina. Construção de Encenações". Ed. Senac, San Pablo, 2001.
- Di Spirito, Maria. "La vidriera artística y sus técnicas". Madrid. Ed. El Drac, 2011.
- Fuentes, Rodolfo. "La práctica del diseño gráfico. Una metodología creativa". Barcelona.



SISTEMA INTEGRADO
DE POSGRADOS
Y EDUCACIÓN PERMANENTE

Paidós, 2005.

Ghio, Marcelo. "OXITOBANDS: marcas humanas para un mercado emocional". Ed. Graal, Buenos Aires, 2009.

Hernández Montañés, Soledad y Strasser, María Inés. "Análisis y Diseño de Vidrieras". Montevideo. Área Comunicación Strasser, 2005.

Julier, Guy. "La cultura del diseño". Barcelona. Gustavo Gili, 2009.

Morgan, Tony. "Visual Merchandising: Escaparates e interiores comerciales". Barcelona. Gustavo Gili, 2008.

Remaury, Bruno. "Marcas y relatos. La marca frente al imaginario cultural contemporáneo". Gustavo Gili, Barcelona, 2005.

Satué, Enric. "El paisaje comercial de la ciudad. Letras, formas y colores en la rotulación de comercios de Barcelona". Barcelona. Paidós, 2001.

Sackrider, Françoise y Gwenola Guide y Dominique Hervé. "Entrevitrinas, Distribuição e visual merchandising na moda". Editora SENAC, San Pablo, 2009.

Villafañe, Justo. "Introducción a la teoría de la imagen". Madrid. Ed. Pirámide, 1986.

Unique Window Display. "Escaparatismo, ideas prácticas". Reditar Libros México, Barcelona, 2009.

Forma de Evaluación del Curso: Entrega de trabajo Final + 80% de asistencia (virtual y/o presencial)

CARGA HORARIA Y CRÉDITOS

Carga horaria: 45 horas totales / 25 horas (virtuales o presenciales directas)

Créditos a asignar a la unidad curricular (curso EP): 03 Créditos

CALENDARIO INICIAL DE LA EDICIÓN 2021

Calendario de la Edición 2021:

Segundo semestre 2021 - **cuarto período.**