

UNIVERSIDAD NACIONAL DE MORENO

PROGRAMA ASIGNATURA: Composición y Diseño para Espacios Comerciales (240500D)

Carrera: DISEÑO en COMUNICACIÓN VISUAL (Plan de estudios aprobado por Resolución UNM-CS N° 954/22 y su modificatoria UNM-CS N° 1.044/23)¹

Área: Prácticas de Diseño

Trayecto Curricular: Ciclo de formación inicial.

Período: 2° Cuatrimestre – Año 3

Modalidades: Presencial o Semipresencial

Carga Horaria: 48 (cuarenta y ocho) horas con un máximo de 24 (veinticuatro) horas virtuales.

Vigencia: a partir del 2° Cuatrimestre 2025

Clases: 16 (dieciséis)

Régimen: regularidad

Responsable de la asignatura: DG Fernando Menéndez

Programa elaborado por: DG Fernando Menéndez

Fundamentación:

La asignatura Composición y Diseño para Espacios Comerciales tiene como objetivo que las/os estudiantes puedan explorar y experimentar los distintos elementos de comunicación que acompañan a un producto en el punto de venta.

Esta exploración de las instancias de compra dentro del espacio comercial se realiza identificando los flujos de consumo y la utilización de elementos disruptivos para comunicar los conceptos que rodean a un producto.

En este sentido, la asignatura plantea que el/la estudiante comprenda los comportamientos posibles de las/os consumidoras en los Puntos de Ventas (PDV) y conocer las posibilidades de metáforas para la transmisión de mensajes direccionados por usuarios.

Objetivos Generales:

- Incorporar técnicas de representación gráfica para la presentación de los productos en comercios y tiendas comerciales.
- Promover la incorporación de estrategias de marketing, resaltando la composición gráfica de los espacios de promoción y venta de productos.
- Aprender conceptos de espacio, dimensionalidad, estructuras y organización y distribución para intervenir de modo gráfico en los espacios comerciales.

Contenidos Mínimos:

Conceptos y relación entre los elementos de promoción comercial y el consumidor. Visual merchandising. Análisis de clientes. Composición de la gráfica en función de la marca del producto a comercializar. Punto de venta. Ubicación gráfica. La circulación en el interior. Implantación. Normativas. Distribución de la superficie de venta. Introducción de la superficie de venta. Principios de la distribución. Optimización de

¹ Reconocimiento oficial y validez nacional del título otorgado por Resolución ME N° 2833/23.

espacio.

Programa:

Unidad N° 1: Conceptos básicos que rodean al PDV y elementos comunicacionales que acompañan a un producto en la góndola. ¿Qué es el PDV? Conceptos y definiciones. Distinguir los elementos gráficos que acompañan la comunicación de un producto en el PDV. Elementos POP LIVIANOS/ POP PESADOS. Cenefas / Movies / Stoppers / Glorificadores / Racks / Exhibidores/ Islas / Etc. Conocer materiales novedosos y disruptivos para generar impacto. Sistemas de impresión alternativos de pequeñas y medianas tiradas / Impresión cama plana / plotter / Offset y serigrafía sobre materiales plásticos / termoformados / leds, etc.

Unidad N° 2: Análisis de Productos Existentes. Análisis de un producto existente para conocer al tipo de consumidor y guiarlo en la experiencia de compra. Estudio de casos de éxito y fracaso. Identificación de los elementos de valor agregado que tienen los productos para resaltarlos y generar una comunicación coherente con el concepto destacar. Análisis de la competencia y posicionamiento de productos en la góndola.

Unidad 3: Diseño de elementos POP LIVIANOS / PESADOS. Desarrollo de una estrategia de comunicación según un producto existente. Creación de conceptos y atributos para destacar. Diseño y desarrollo de elementos POP Livianos (5) prototipado de los mismos en escala real (y materialidad en lo posible) + diseño y desarrollo de POP Pesados (2) versión digital en PDV (fotomontaje). El discurso de identidad. Concepto general. Clasificación según tipología del signo marcario. Parámetros de calidad de una marca. Niveles de síntesis. Analogía y abstracción. Signo lingüístico y signo icónico. Referente conceptual. Significante/significado.

Bibliografía:

PRIETO HERRERA, J. E. (2018). Merchandising: La seducción en el punto de venta. Editorial: Ecoe ediciones. Colombia.

PALOMARES BORJA, R. (2012). Marketing en el punto de venta: 10 ideas clave para vender más. Esic editorial. España.

Metodología de trabajo:

La asignatura adopta la modalidad de trabajo de aula/taller, por lo tanto, las clases serán teórico-prácticas donde se propondrá a las/os estudiantes transitar experiencias exploratorias para la realización de producciones en torno a la temática planteadas en las distintas unidades.

Las clases presenciales permitirán el desarrollo de temas complejos y esquicios. Los trabajos prácticos serán complementados por clases teóricas y lectura de bibliografía que propicien el pensamiento crítico a partir de instancias de análisis, reflexión y debate en clase.

Durante las horas de cursada presencial, las/os estudiantes desarrollarán actividades referidas a los trabajos prácticos (Tps), además de ser un espacio para el intercambio de sus producciones. Los ejercicios serán grupales y/o individuales, según los temas y objetivos.

Las clases virtuales sincrónicas estarán destinadas al desarrollo de temas teóricos, como así también, a visualización de ejemplos, estas se realizarán a través del aula virtual de la plataforma de la UNM, y podrán ser acompañadas por recursos asincrónicos como videos, lecturas recomendadas, foros de consulta y/o de debate,

cuestionarios online y/o distintos recursos que brinda la plataforma Moodle. Además, las/os estudiantes deberán subir a dicha plataforma los distintos trabajos prácticos para su calificación.

Evaluación y aprobación:

- La asignatura se aprueba por promoción directa

Para la aprobación de la asignatura por el Sistema de Promoción al finalizar el Curso Lectivo, el alumno deberá contar con los siguientes requisitos:

- a) Asistencia 75 % (setenta y cinco por ciento) clases prácticas presenciales.
- b) Aprobación 100 % (cien por ciento) de los trabajos de Taller con calificación 4 (cuatro) o superior. Cada una de las entregas de los trabajos de Taller contará con una instancia de recuperación.