



Diseño de espacios
comerciales y trabajo
**Máster Universitario en
Diseño, Desarrollo y
Gestión de Proyectos de
Interiorismo**



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Diseño de espacios comerciales y trabajo

Titulación: Máster Universitario en Diseño, Desarrollo y Gestión de Proyectos de Interiorismo

Carácter: Obligatoria

Idioma: Español

Modalidad: Presencial / Semipresencial

Créditos: 6

Curso: 1º

Semestre: 1º

Profesor / Equipo docente: Dña. María Ángeles Sánchez Neira

1. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Conocimientos y contenidos

- K1. Definir espacios residenciales, hoteleros, comerciales y de trabajo, utilizando materiales específicos y relacionados con el entorno.
- K2. Explicar los elementos de mobiliario y producto de pequeña escala para su completa definición constructiva y posterior manufactura.
- K5. Describir los materiales, sus características y aplicaciones, utilizados en proyectos de diseño interior.

1.2. Habilidades y destrezas

- S1. Seleccionar los criterios para el análisis espacial y conceptual de un espacio de trabajo.
- S2. Asociar los criterios para el análisis con el grafismo para sacar conclusiones de los análisis realizados.
- S3. Clasificar las necesidades y deficiencias detectadas en los análisis previos para relacionarlas espacial y proyectualmente con el espacio con el fin de aportar soluciones.
- S4. Aplicar pensamiento crítico en procesos temporales, de gestión y diseño.

1.3. Competencias

- C1. Distinguir y seleccionar soluciones avanzadas funcionales, formales y técnicas que permitan un aprovechamiento sostenible de espacios interiores.
- C2. Construir proyectos de diseño de interior singulares con criterios que comporten mejora en la calidad y usos, capaces de generar identidad propia.
- C3. Interpretar información relativa a la materialización de los proyectos que ayuden a dar respuesta a los diferentes problemas del proyecto y a sus distintos agentes.
- C4. Comprender la práctica y el desarrollo de un proyecto de diseño interior: Croquis, anteproyectos, proyectos básicos, proyectos de ejecución y seguimiento de obra.

- C5. Interpretar el patrimonio construido para ser capaz de concebir, diseñar e integrar y construir sobre en él.
- C12. Analizar y seleccionar el sistema constructivo y estrategia necesaria óptima para cada espacio interior.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno.

2.2. Descripción de los contenidos

- Diseño de espacios comerciales y laborales, su historia y antecedentes en el mundo del diseño de espacios interiores.
- Relación con el entorno instalado e infraestructuras necesarias.
- Sistemas constructivos ligeros prefabricados y desmontables habituales en retail.
- Materiales empleados en los montajes de espacios comerciales y de trabajo.
- Imagen, diseño y lenguaje visual en el diseño de espacios laborales y comerciales.
- El proyecto global de diseño interior, desde los croquis a la gestión comercial.
- Modelización de espacios y construcciones efímeras, desmontables, stands de ferias, etc.
- Nuevos medios y narrativas proyectuales aplicadas a espacios comerciales y laborales.

2.3. Contenido detallado

Presentación de la asignatura.

Explicación de la Guía Docente.

Espacios de Trabajo

Bloque 1

- 1.1. Historia y Evolución de los espacios de trabajo.
- 1.2. Análisis de Modelos de Oficina, Oficina tradicional, Oficina Basada en Actividades y Oficina Agile.
- 1.3. Tipologías de espacios que conforman los diferentes modelos.
- 1.4. Análisis del Contenedor en el cual se implantará el espacio de trabajo
 - Modulación
 - Fachada,

<p>Instalaciones generales del Edificio, Falsos techos, Falsos suelos, Etc.</p> <p>1.5. Criterio de ocupación de espacios abiertos y cerrados. 1.6. Los elementos constructivos que definen un espacio de trabajo. 1.7. Oficinas de +de 1.000m2. Amenities y espacios para singulares tipologías + Mobiliario contract. 1.8. Normativa en Espacios de trabajo. 1.9. Lenguaje, experiencia y comunicación del propósito de una organización. 1.10 Clientes, entendimiento de requerimientos, definición de programa, comunicación. 1.11. ESG. Sostenibilidad.</p> <p>Bloque 2. Conocimiento de proveedores, colaboradores o interlocutores en el mercado.</p> <p>Espacios Comerciales.</p> <p>Bloque 1.</p> <p>1.1. Historia y evolución de los espacios comerciales. Desafíos del sector. 1.2. Tipologías de espacios comerciales. 1.3. Experiencia del usuario y nuevas formas de consumo. 1.4. Normativa en Espacios comerciales. 1.5. Identidad de marca, efecto Wow.</p> <p>Bloque 2. Conocimiento de proveedores, colaboradores o interlocutores en el mercado.</p>

2.4. Actividades dirigidas

Durante el curso se realizarán varias actividades dirigidas en forma de trabajos orientados al aprendizaje y aplicación de los nuevos conceptos aprendidos o ampliación de éstos. Las actividades se desarrollarán de forma individual o en grupo.

2.5. Actividades formativas

Esta materia es de carácter presencial para ambas modalidades de la titulación.

Código	Actividad formativa	Horas	Porcentaje de presencialidad
A1	Clase magistral	12	100%
A9	Taller de proyectos	48	100%
A5	Estudio individual y trabajo autónomo	90	0%
	TOTAL	150	

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente del siguiente modo:

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” se otorgará a estudiantes que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0 puntos. Su número no podrá exceder del cinco por ciento de los estudiantes matriculados en la materia 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».

3.2. Criterios de evaluación

Esta materia es de carácter presencial para ambas modalidades de la titulación.

Convocatoria ordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
S1. Asistencia y participación en clase	10%
S2. Presentación de trabajos y proyectos	90%

Convocatoria extraordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
S1. Asistencia y participación en clase	10
S2. Presentación de trabajos y proyectos	90

3.3. Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5,0 puntos en la prueba final presencial, tanto en convocatoria ordinaria como en extraordinaria.

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales

podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

3.4. Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de autoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará falta grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el reglamento del alumno.

3.5. Uso de la inteligencia artificial (IA) generativa en las actividades formativas

La adopción de herramientas de IA en la docencia debe basarse en un enfoque transparente, responsable, ético y seguro, que fomente el desarrollo de competencias digitales en el estudiantado:

- El profesor incluirá en cada actividad formativa si tiene previsto el uso de IA Generativa, con qué objetivo y los requisitos de aplicación de esta.
- Es responsabilidad del estudiante mostrar una conducta transparente, ética y responsable con el uso de IA Generativa, y adaptarse a los criterios de aplicación dictados por el profesor en cada actividad.
- La detección de cualquier conducta fraudulenta con respecto al uso de IA Generativa, no atendiendo a las indicaciones del profesorado, aplicará las sanciones previstas en el Reglamento Disciplinario.

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

BROWN, T. (2019) Change by Design: How design thinking transforms organizations and inspires innovation. Ed. Harper Business

GRIMLEY, C. ET AL., (2018), Color, espacio y estilo: Detalles para diseñadores de interiores. Editorial GG

MCDONOUGH, W y BRAUNGART, M (2010) Cradle to Cradle: Remaking the way we make things. Ed. MacMillan

MILES, E. (2021) Contemporary Retail Design: A Store Planner's Handbook. Ed. C

MONJE., A. (2016) Tesis: La arquitectura del trabajo. El entorno de la oficina en el siglo XX, hacia una organización informal. https://oa.upm.es/43820/1/ANGELA_MONJE_PASCUAL.pdf

PLUNKETT, D. y REID, O. (2014) Detail in Contemporary Office Design (Detailing for Interior Design). Ed. Laurence King Publishing

TEBBE, F. y FATH, C. (2009) Farbräume - Color Spaces. Ed. Jovis

Bibliografía recomendada

BAKKER, M. (2016) Space Planning for Commercial Office Interiors. Ed. Fairchild Books

ITO, J. y HOWE, J. (2016) Whiplash. How to survive our faster future. Ed. Grand Central Publishing

KELLEY, T., LITTMAN, J. y PETERS, T. (2007) The Art of Innovation: Lessons in creativity from IDEO, America's Leading design Firm. Ed. Crown Currency

ROCCELLA, G. (2017) Gio Ponti: 1891-1979 Master of Lightness. Ed Tachen America Llc.

STRAUSS, M.J. (2023) Think Big—Shop Small: Unique Stores and Contemporary Retail Design. Ed. Gestalten