

PLAN DOCENTE

Praxis 2: Diseño de espacios para la hostelería y restauración

DADOS GENERALES

Centro: Escuela Superior de Diseño LCI Barcelona

Titulación: Máster Oficial en Diseño de Interiores Experiencial

Área: Diseño de Interiores

Idioma de la docencia: castellano

DATOS DESCRIPTIVOS

Módulo: Diseño de Interiores Experienciales 11 ECTS Obligatorio	Asignatura: Diseño de Interiores para los espacios Retail y Hospitality 6 ECTS 2 semestre
---	--

COMPETENCIAS

DEL MÓDULO

Generales

- CG1 Concebir y desarrollar proyectos de diseño de interiores con criterios que permitan la creación de interacción entre marca y usuario.
- CG2 Resolver problemas proyectuales complejos mediante la metodología de análisis del usuario, la dimensión experiencial del espacio y las tecnologías de la interacción.
- CG4 Gestionar adecuadamente proyectos de diseño de interiores donde participen equipos multidisciplinares y en contextos culturales diversos. (*Project Management*)

Específicas

- CE1 Dominar los recursos avanzados para la expresión y la representación gráfica en proyectos de espacios comerciales.

- CE2 Integrar los conocimientos y metodologías de la comunicación de marca, del marketing experiencial y de la innovación en la realización de proyectos de diseño de interiores comerciales centrados en la experiencia del usuario.
- CE3 Crear y dirigir proyectos experimentales de interacción con los usuarios en el espacio comercial.
- CE6 Adquirir conocimientos avanzados en diseño y fabricación digital en el ámbito de los proyectos de diseño de espacios interiores comerciales.
- CE8 Dominar los recursos tecnológicos de creación y diseño de la interacción en el espacio y saber integrarlos como un sistema de relaciones entre espacio, usuario y objetos.

DE LA ASIGNATURA

Generales	Específicas
CG1, CG2, CG4	CE1, CE2, CE3, CE8

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

DEL MÓDULO

1. Aprender a idear, experimentar y desarrollar proyectos de interacción en el espacio con software libre (ARDUINO Y PROCESSING);
2. Saber desarrollar proyectos de diseño de interiores con criterios que permitan la creación de interacción entre marca i usuario.
3. Saber resolver los problemas proyectuales complejos mediante la metodología, destreza, tecnología y procedimiento adecuados;
4. Saber gestionar adecuadamente proyectos de diseño de interiores donde participen equipos multidisciplinares y en contextos culturales diversos.
5. Saber dominar los recursos avanzados para la expresión y la representación gráfica en proyectos de espacios comerciales.
6. Saber integrar los conocimientos y metodologías de la comunicación de marca (branding), del marketing experiencial y de la innovación (design thinking) en la realización de proyectos de diseño de interiores comerciales centrados en la experiencia del usuario;
7. Haber adquirido los conocimientos avanzados en diseño y fabricación digital en el ámbito de los proyectos de diseño de espacios interiores comerciales.
8. Saber dominar los recursos tecnológicos de creación y diseño de interacción en el espacio y saber integrarlos como un sistema de interacciones entre espacio, usuario y objetos.

DE LA ASIGNATURA

Resultados
1, 2, 3, 4, 5, 6, 8

CONTENIDOS

1. Análisis del brief:
2. Lectura del briefing y análisis del espacio.
3. Mediciones, capacidad del espacio y del entorno.
4. Recursos tecnológicos de datos o a la red (APIs, DBs, etc...).
5. Investigación y generación del concepto
6. Trabajo creativo en equipo.
7. *Brainstorming y Creative Board.*
8. Generación de ideas y conceptualización de la acción en el espacio.
9. Diseño y Desarrollo:
10. Desarrollo de los *Wireframes* y definición de interacciones.
11. Diseño gráfico y planos de los elementos físicos.
12. Desarrollo de la programación por Arduino.
13. Prototipaje y presentación de proyecto
14. Montaje de prototipo funcional físico con los elementos de hardware libre y software necesarios, así como los elementos de interacción.

METODOLOGÍA

- Clase magistral inaugural.
- Clases presenciales activas.
- Exposición teórica del profesor (clases magistrales, estudio de casos...) con soporte audiovisual.
- Salidas a empresas, exposiciones; agencias; centros tecnológicos etc.
- Aprendizaje a través de la experiencia (Learning by doing):
 - Seminarios de debate entorno de conceptos y materias preparadas para los estudiantes.
 - Trabajos colectivos, tutorizados.
 - Presentación oral y escrita por parte del estudiante.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

La evaluación de la asignatura es continuada.

La calificación de la asignatura se obtiene de la evaluación de los siguientes elementos:

- | | |
|--|-----------------------|
| 1. Trabajos realizados a lo largo del curso. | Ponderación: 80 - 90% |
| 2. Innovación de los mismos. | Ponderación: 10 - 20% |

La ponderación a utilizar, dentro del rango indicado, se indica en el programa de la asignatura y en Omnivox.