



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**  
**ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS**  
**PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN**  
**DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL**  
**Programa de la asignatura**

Display, Escaparate y Stand

<b>Clave:</b>	<b>Semestre:</b> 5° a 8°	<b>Campo de conocimiento:</b> Desarrollo Profesional	<b>No. Créditos:</b> 4
<b>Carácter:</b> Optativa		<b>Horas</b>	<b>Horas por semana</b>
<b>Tipo:</b> Teórico-Práctica		<b>Teoría:</b> 1	<b>Práctica:</b> 2
		3	
<b>Modalidad:</b> Curso		<b>Duración del programa:</b> 16 semanas	
<b>Total de Horas</b> 48			

**Seriación:** No ( x ) Sí ( ) Obligatoria ( ) Indicativa ( )

Asignatura antecedente: Ninguna

Asignatura subsecuente: Ninguna

**Objetivo general:**

Analizar los fundamentos teóricos y conceptuales del diseño bi y tridimensional así como de los elementos de comunicación visual para la promoción comercial con la finalidad de aplicarlos en propuestas de diseño en display, escaparate y stand.

**Objetivos específicos:**

1. Analizar los antecedentes generales del diseño aplicado al display, al escaparate y al stand así como los métodos que intervienen en su configuración y producción.
2. Analizar las características que prevalecen en el display y la publicidad, la técnica de marketing, la promoción y la propuesta PRIC.
3. Clasificar e identificar los tipos, cualidades y propiedades del display el escaparate y el stand así como los materiales para su impresión y reproducción.
4. Analizar los procesos de estructuración, armado y aplicación del display, el escaparate y el stand.
5. Diseñar y desarrollar una investigación para sustentar las aplicaciones en proyectos de diseño.
6. Aplicar las técnicas FODA y AIDCA y PRIC así como la comprensión del MKT y Publicidad.
7. Aplicar las técnicas y fundamentos del diseño bi y tridimensional en el desarrollo de proyectos de diseño y comunicación visual.

<b>Índice Temático</b>			
<b>Unidad</b>	<b>Tema</b>	<b>Horas</b>	
		<b>Teóricas</b>	<b>Prácticas</b>
1	Diseño de Display	4	8
2	Diseño de Escaparate	4	8
3	Diseño de Stand	4	8
4	Diseño gráfico aplicado	4	8
<b>Total de horas:</b>		16	32
<b>Suma total de horas:</b>		48	

Contenido Temático	
Unidad	Temas y subtemas
1	<p>Diseño de Display</p> <p>1.1 Display, Material POP / PLV Definiciones y características generales</p> <p>1.1.1 Antecedentes históricos.</p> <p>1.1.2 Características de denominación.</p> <p>1.1.3 El display y la interdisciplinariedad.</p> <p>1.2 Producción en diseño gráfico y estructural aplicado al display.</p> <p>1.2.1 Objetivos del display.</p> <p>1.2.2 Variables externas.</p> <p>1.3 Clasificación del display.</p> <p>1.3.1 Tipos de exhibidores.</p> <p>1.3.2 Precedentes al diseño de un display.</p> <p>1.3.3 Otros tipos de material pop.</p> <p>1.4 Diseño de estructuras y funcionamiento del display.</p> <p>1.4.1 Funciones del exhibidor.</p> <p>1.4.2 Factores delimitantes.</p> <p>1.4.1 Principios básicos para el buen funcionamiento.</p> <p>1.4.4 Principios de la composición espacial.</p> <p>1.4.5 Estructuras.</p> <p>1.5 Elementos predeterminados.</p> <p>1.5.1 Troquelado y hendido.</p> <p>1.5.2 Suaje y suajado.</p> <p>1.5.3 Troquel.</p> <p>1.5.4 Candados.</p> <p>1.6 Método del diseño aplicado al display.</p> <p>1.6.1 Proceso de identificación.</p> <p>1.6.2 Proceso de investigación.</p> <p>1.6.3 Proceso de proyección.</p> <p>1.6.4 Proceso de evaluación.</p> <p>1.6.5 Auditoría</p> <p>1.6.7 Validación.</p> <p>1.6.8 Matriz heurística.</p> <p>1.6.9 Proceso de elaboración.</p>
2	<p>Diseño de Escaparate</p> <p>2.1 Definición, objetivos y características.</p> <p>2.1.1 Funciones y alcances del escaparate.</p> <p>2.1.2 Merchandising y animación.</p> <p>2.2 Requisitos de comunicación y estética del escaparate</p> <p>2.2.1 Objetivos de diseño.</p> <p>2.2.2 Variables externas.</p> <p>2.3 Clasificación del escaparate</p> <p>2.3.1 Situación, configuración y materiales.</p> <p>2.3.2 Normatividad.</p> <p>2.4 Conceptualización y visualización del escaparate</p> <p>2.4.1 Características y propiedades del espacio.</p> <p>2.5 El escaparate como medio de comunicación entre la tienda y el cliente</p> <p>2.5.1 Presentación por categorías en tiempo.</p> <p>2.6 El escaparate y su perspectiva, (trazos y distribución)</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>2.6.1 Planeación.</li> <li>2.6.2 Diseño espacial.</li> <li>2.6.3 La perspectiva.</li> <li>2.6.4 El alzado.</li> <li>2.6.5 Presentación dibujística.</li> <li>2.7 El escaparate y la maqueta 3D. <ul style="list-style-type: none"> <li>2.7.1 Producción de la maqueta tridimensional.</li> </ul> </li> </ul>
3	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diseño de Stand</li> <li>3.1 Definiciones.</li> <li>3.2 Objetivo básico.</li> <li>3.3 El espacio físico real. <ul style="list-style-type: none"> <li>3.3.1 Vista superior.</li> <li>3.3.2 Vista de planta.</li> <li>3.3.3 Vista frontal.</li> <li>3.3.4 Vistas laterales.</li> <li>3.3.5 Vista posterior.</li> </ul> </li> <li>3.4 Show rooms, corners. <ul style="list-style-type: none"> <li>3.4.1 Perspectivas.</li> <li>3.4.2 Escalas.</li> <li>3.4.3 Maquetas.</li> </ul> </li> <li>3.5 Zonas referenciadas. <ul style="list-style-type: none"> <li>3.5.1 Mostrador.</li> <li>3.5.2 Zona de flujo y tráfico.</li> <li>3.5.3 Zona reservada.</li> <li>3.5.4 Almacén.</li> <li>3.5.5 Zona de proyección.</li> <li>3.5.6 Altillo.</li> </ul> </li> </ul>
4	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diseño gráfico aplicado</li> <li>4.1 Marca, logotipo, identidad visual.</li> <li>4.2 El briefing.</li> <li>4.3 Mantenimiento ornamental.</li> <li>4.4 Decoración y estructura. <ul style="list-style-type: none"> <li>4.4.1 Pantallas.</li> <li>4.4.2 Cajas de luz.</li> <li>4.4.3 Totems.</li> <li>4.4.4 Carteles luminosos.</li> <li>4.4.5 Elementos móviles.</li> <li>4.4.6 Mobiliario.</li> </ul> </li> <li>4.5 Iluminación.</li> </ul>

**Bibliografía básica:**

- Alonso, B. (2003). Animación del punto de venta. Madrid: Editex.
- Baestos, I. (2006). Merchandising y animación de un punto de venta. Argentina: Ideaspropias.
- Bort, A. (2004). Merchandising: Como mejorar la imagen de un establecimiento. Madrid: ESIC.
- Bou, L. (2008). This is visual merchandising. Italia: Instituto Monsa de ediciones.
- Cabello, R. (2004). Diseño de un display promocional con cartón. Tesis lic. UNAM
- Cabezas, C. (2004). Técnicas de diseño de escaparates. España: Vigo.
- Dernie, J. (2006). Espacios de exposición. España: Blume.
- Günter, K. (2008). Ready to use display packaging. USA: Index book.
- Klepner, O. (1995). Manual de publicidad. EEUU: Prentice Hall hispanoamericana.
- Krawrl, J. (2010). Arquitectura y diseño de stands. México: Trillas.

Lobato, F. (2005). Marketing en el punto de venta. España: Thomson Paraninfo.  
 Marroquín, E. (2010). Entre pasillos y escaparates. México: Instituto mexicano de doctrina.  
 Morgan, T. (2010). Escaparates e interiores comerciales. España: Gustavo Gili.  
 Morgan, T. (2010). Window display new visual merchandising. USA: Laurence King.  
 Morgan, T. (2011). Visual Merchandising. England: Laurence King publishers.  
 Palomares, R. (2001). Merchandising, Como vender más en espacios comerciales. Barcelona: Gestión.  
 Palomares, R. (2009). Merchandising, Teoria, practica y estrategia. Madrid: ESIC.  
 Reséndiz, J. (2010). La escultura en papel como diseño alternativo. México: Autónoma.  
 Segarra, T. (2011). Desde el otro lado del escaparate. España: Espasa.  
 Soto, P. (2002). Diseño de escaparate. México: Oceano.  
 Swan, A. (1990). Diseño y Marketing. Madrid: Gustavo Gili.  
 VanRoojen, P. (2002). Folding patterns for display & publicity. USA: Pepin Press.  
 Zomora, F. (2010). Diseño de Stands, low cost. México: Prentice Hall.

**Bibliografía complementaria:**

Broto, C. (2010). Diseño de exposiciones. England: Linys Structure.  
 Cabello, B. (2004). Tesis lic. Diseño de un display promocional con cartón. México: UNAM.  
 Fernandez, A. (2010). Diseño de exposiciones, concepto, instalación y montaje. México: Alianza editorial.  
 Morgan, T. (2006). Diseño de escaparates. Madrid: Instituto Monsa de ediciones.  
 Palm, L. (2011). Diseño de exposiciones para locker. Barcelona: Gustavo Gili.  
 Palomares, R. (2000). Merchandising. Como vender más en establecimientos comerciales. Barcelona: Gestión.  
 Reséndiz, A. (1998). Tesis de Maestría, Diseño Gráfico aplicado a envases plegadizos con fines didácticos demostrativos. México: ENAP/UNAM.

**Sugerencias didácticas:**

Exposición oral	(x)
Exposición audiovisual	(x)
Ejercicios dentro de clase	(x)
Ejercicios fuera del aula	(x)
Seminarios	( )
Lecturas obligatorias	(x)
Trabajo de investigación	(x)
Prácticas de Laboratorio-Taller o laboratorio	( )
Prácticas de campo	( )
Otras: Aprendizaje basado en proyectos	(x)

**Mecanismos de evaluación del aprendizaje:**

Exámenes parciales	(x)
Examen final escrito	(x)
Trabajos y tareas fuera del aula	(x)
Exposición de seminarios por los alumnos	( )
Participación en clase	(x)
Asistencia	(x)
Seminario	( )
Otras: Evaluación de proyecto	(x)

**Perfil profesiográfico:**

Licenciado en Diseño Gráfico, Comunicación Visual o en Diseño y Comunicación Visual con experiencia docente.