



# Máster en Diseño del Espacio Comercial: Retail Design

ELISAVA

→ [elisava.net](http://elisava.net)

# MÁSTER EN DISEÑO DEL ESPACIO COMERCIAL: RETAIL DESIGN

## Inicio

Septiembre y febrero

## Créditos ECTS

60

## Idioma

Grupos en castellano e inglés independientes.

Grupo en castellano: es imprescindible tener un nivel medio/alto de inglés además del castellano, ya que algunos materiales, conferencias y actividades impartidas podrán darse en este idioma.

## Titulación

Máster en Diseño del Espacio Comercial: Retail Design, título expedido por la Universidad Pompeu Fabra (UPF).

## Horario

Edición castellano:  
martes, jueves y viernes  
de 17h a 21.15h.

Edición inglés:  
martes, jueves y viernes  
de 10h a 14.15h.

## Dirección

### CARMEN MALVAR

Cuenta con una Licenciatura en Interiores por la Escuela de arte 'Maestro Mateo School of Art and Crafts' en España y es Licenciada en Arquitectura con honores por el 'Pratt Institute School of Architecture'. Fundadora y gerente de Atelier Malvar + Tusch .Lic en Nueva York, especializado en diseño y consultoría de marcas.

Ha sido parte del estudio de Arquitectura como arquitecta jefe de uno de los equipos de la marca Zara (Inditex) conceptualizando para dicha marca nuevos prototipos de tiendas para ser implementados mundialmente con un equipo de expertos. Ella ha participado también en la globalización de distintas marcas como Camper (Compañía de Zapatos), Mango (Compañía de Moda), Tous (Compañía de Joyas) y Desigual (Compañía de Moda) durante los últimos años. Ha diseñado y supervisado la implementación de tiendas internacionales en más de treinta localizaciones a lo largo y ancho del globo.

Trabaja regularmente como consultora en la Cámara de Comercio de España en Nueva York y en distintas Instituciones. Algunos de los objetivos de Carmen son implementar y desarrollar estrategias para marcas donde el diseño de producción anima a los proveedores locales a ser parte del proceso local y del proceso global sin perder su identidad. Carmen trabaja en el departamento de investigación en Elisava Escuela Universitaria de Diseño e Ingeniería de Barcelona, con el fin de crear una estructura que permite que toda la información investigada sea aplicada en un centro de actividad para los minoristas Europeos, así como para acercarse cada vez más a un enfoque sostenible.

También aporta sus conocimientos al 'Fashion Institute of Technology' en Nueva York, donde colabora en el programa de *Brand Management*, entre otras instituciones. Carmen Malvar es ex profesora adjunta en el Departamento de Diseño de Interiores en 'Pratt Institute' donde ahora enseña en el Centro de Estudios Sostenibles en el programa de 'Design Entrepreneurship', bajo la dirección de Deborah Johnson; también es Directora de Programa '*Retail and Commerce*' en Elisava Escuela Universitaria de Diseño e Ingeniería de Barcelona y es miembro

activo en el Instituto '*Retail Design Institute and the National Federation USA*'. Carmen imparte seminarios en temas como: diseño, tendencias en comercio y nuevos formatos comerciales en Nueva York, España y Latinoamérica.

## Destinatarios

- Graduados superiores en Diseño
- Licenciados en Bellas Artes
- Licenciados en Comunicación
- Profesionales con acreditada experiencia en este campo de actividad.

## Presentación

¿Cómo deberíamos aplicar el diseño a un espacio comercial? ¿Qué hay que tener en cuenta al crear espacios propios para las marcas?

En un mundo en el que la presencia digital gana cada vez más protagonismo, la experiencia física a través de todos los sentidos debe mejorar el discurso comercial de las marcas para atraer de una manera diferencial y competitiva.

Este máster está dirigido a aquellos profesionales que quieren adquirir los conocimientos imprescindibles para poder trabajar y diseñar espacios comerciales. Desde el diseño a pequeña escala hasta gran escala, desde las boutiques hasta grandes marcas multinacionales. Dentro del *retail* existen numerosas disciplinas que se deben conocer en profundidad para desarrollarse profesionalmente.

Todas las materias serán tratadas con teoría y práctica, dando una mayor importancia al análisis y el estudio de tendencias e innovación del mercado y la sociedad para poder llegar al máximo detalle del diseño de un espacio comercial (espacio, comunicación, circulación, exposición, virtual, sensorial, etc.). El arte y los análisis son la base de todo proyecto, así como el concepto y la proyección del espacio. El objetivo es que los alumnos salgan con la máxima preparación y capacidad para trabajar con las empresas más exigentes del mercado.

## Objetivos

Los principales objetivos de este programa son:

- Analizar el lugar que ocupa el mundo del *retail* en el entorno de la estrategia comercial en todas sus escalas.
- Profundizar en los tipos de *retail*, sus diferentes funciones, la forma de tratar su demanda, el lugar que ocupa en su actividad económica y social, y los retos que se presentan para este sector en el futuro.
- Mostrar y analizar el proceso de diseño para el desarrollo de un espacio comercial.
- Conocer y aplicar estudios sociales y de mercado, aprendiendo a interpretar y a trabajar con esta información para obtener un diseño óptimo.
- Creación de un proyecto completo sobre el diseño de un espacio comercial a gran escala con todos los aspectos que hay que tener en cuenta para una buena realización final.

## Requisitos de admisión

- Graduado superior en Diseño o Licenciado en Bellas Artes o Licenciado en Comunicación.
- Nivel alto de castellano (para la versión en castellano) y de inglés (para la versión en inglés).
- Conocimientos básicos de 2D y 3D en representación de espacios.

## Competencias

- Dominio de la conceptualización y realización de escaparates.
- Dominio de las herramientas de *branding* estratégico relacionadas con el Retail.
- Conocimiento de estrategias, planes de mercado y modelos de expansión.
- Dominio de las herramientas de comunicación visual.
- Conocimiento del retail aplicado al comercio virtual.
- Dominio de las distintas tendencias en eco-iluminación.

## Estructura

### MÓDULO 1

#### ESTUDIO DE CASOS POR GRUPOS. BRANDING ESTRATÉGICO

Introducción y presentación del curso. Un viaje por el mundo del *Branding* dentro de los espacios de gran escala.

- Casos de estudio
- Trabajo en grupo práctico: elaboración de un producto de marca
- Trabajo en grupo práctico: bases y pasos para la elaboración de un producto
- Trabajo en grupo de debate: aspectos más relevantes descubiertos por el alumno al realizar la práctica.

### MÓDULO 2

#### ESTRATEGIAS Y PLANES DE MERCADO/ MODELOS DE EXPANSIÓN

- Estrategias y planes de mercado.
  - Bases y conceptos que definen el mercado
  - Estrategias y planes de mercado.
  - Casos: análisis de ejemplos
- Las “escalas” de mercado
- Tendencias y modelos
- Debate-práctica: futuros mercados

### MÓDULO 3

#### DISEÑO DEL CONCEPTO Y REALIZACIÓN DEL ESCAPARATE/ PROYECTO CON EMPRESA COLABORADORA

- Presentación y desarrollo del proyecto
- Desarrollo del proyecto y visita programada (visita Essapunt)
- Presentación de ideas del proyecto
- Ejecución del proyecto en el escaparate real

### MÓDULO 4

#### COMERCIO VIRTUAL/ HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN/ COMUNICACIÓN VISUAL

- Grafismo e impresiones
- Herramientas de comunicación
- Comunicación visual
- Comercio virtual
- Comercio web

## MÓDULO 5

### ECO-ILUMINACIÓN

- La iluminación
- Ecología en la iluminación
- Tendencias y modelos
- Herramientas para el uso de la eco-iluminación

VISITA empresa (Grupo Miralles)

## MÓDULO 6

### INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA DEL MARKETING/RETAIL BRANDING

- Teoría del *marketing*.
- Exposición de casos prácticos.
  - Trabajo en grupo: casos prácticos (comparativas de mercado según países, edades, etc.).
  - Debate: puesta en común de los casos prácticos.

## MÓDULO 7

### EL RETO DEL BRANDING / LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

- Introducción al reto del *Branding*. Un viaje por el mundo del retail (introducción).
- Las nuevas tecnologías: la transformación del consumo.
- El fenómeno del *tuning*: la customización (el yo). Debate: asociación de elementos y escenas con comportamientos de consumo.
- Estudio de casos por grupos. Introducción al *Branding* y a sus tipologías.
- Tipologías y estrategias.
- Análisis de marcas.
- Teoría del *marketing*.
  - Debate: proceso de análisis de las estrategias de marca

## MÓDULO 8

### PROYECTO DE ESTUDIO

- Presentación y desarrollo del proyecto
- Trabajo en grupos de investigación.
- Nuevas tendencias y eco-diseño
- Presentación del proyecto y debate de grupo.

## MÓDULO 9

### GRAFISMO/LA IDENTIDAD Y LA ICONOGRAFÍA DE LAS MARCAS

- El diseño como estrategia
- Análisis del proceso de búsqueda de la iconografía de venta
- Valores y tendencias
- Casos prácticos

## MÓDULO 10

### VISITAS EXTERNAS

- Materiales (visita Materfad)
- Iluminación (visita iGuzzini)
- Empresa (visita Desigual, oficinas y locales)

## MÓDULO 11

### VISUAL - ESCAPARATISMO

## MÓDULO 12

### TRENDS

## MÓDULO 13

### DISEÑO COMERCIAL E IMAGEN. BRAND/PROYECTO

## MÓDULO 14

### PROYECTO FINAL

Ejercicio práctico con empresa colaboradora.

## MÁS INFORMACIÓN

→ [elisava.net](http://elisava.net)

→ [retaildesign.elisava.net](http://retaildesign.elisava.net)

Antiguos Alumnos: Los Alumni Bold se beneficiarán de un 15% de descuento sobre el importe de los cursos que se imparten en la Escuela.

La relación de profesores del programa es susceptible a variar en función de condicionantes ajenos al programa. Elisava se reserva la posibilidad de introducir cambios en la programación, así como el derecho de suspender el curso dos semanas antes de su inicio si no se alcanza la cifra mínima de participantes, sin otra obligación que la devolución de las cantidades satisfechas a cada participante.

Los horarios de los programas de Máster y Postgrados pueden ampliarse en función de las actividades del curso (fines de semana incluidos).