



EJERCICIO: POP UP STORE

INICIO: 19/12/2018
ENTREGA: 31/01/2019
PRESENTACION: 01/02/2019

ESCUELA DE
ARTE DE
ZARAGOZA

EJERCICIO: POP UP STORE

CARACTERISTICAS Y OBJETIVOS DE ESTE TRABAJO

Desarrollar la adecuación de una Pop-up Store para una edición limitada de un “complemento” en una espacio a concretar tras las fiestas de Navidad. La superficie aproximada será de unos 50 metros cuadrados.

POP-UP STORE o tiendas efímeras son espacios ubicados en lugares estratégicos, cotizados y emblemáticos en los que las marcas se promocionan durante un tiempo determinado. Suponen una inversión de capital menor a los puntos tradicionales de venta que generan un retorno de la inversión interesante y medible en corto plazo a la vez que posiciona a la marca de una manera innovadora y exclusiva ...think out of the box (pensar con originalidad)!



Fotografía 1: Intervención de Snarkitecture <https://www.dezeen.com/2015/11/09/snarkitecture-uses-steel-sheets-with-garment-shaped-cutaways-for-cos-pop-up-shop-in-la/>

ESTRUCTURA DEL TRABAJO

INVESTIGACIÓN: Dos bloques:

Bloque 1: 3 Intervenciones tipo pop-up store, en forma de ficha, información de interes: nombre de los diseñadores, empresa objetivo, criterios de diseño, 1 o 2 A4 por intervención. MOSTRAR ANTES DE EMPEZAR INVESTIGACIÓN SOBRE EL COMPLEMENTO

Bloque 2: investigación sobre el complemento (gafas, perfume, funda para el móvil,...) buscar uno para un plantemiento exclusivo.



ESCUELA DE ARTE DE ZARAGOZA

DOCUMENTACIÓN MÍNIMA A DESARROLLAR

- 1) PORTADA E ÍNDICE
- 2) MEMORIA
 - 2.1. INVESTIGACIÓN
 - 2.2. IDEACIÓN Y CROQUIS
 - 2.3. BREVE MEMORIA la idea compositiva y del contenido.
- 3) SELECCIÓN DE OPCIÓN (implica que en 2.2 hay por lo menos 2 opciones)
- 4) MEMORIA (del pdf de memoria)
 - 4.1. MEMORIA DESCRIPTIVA (1 al 6)
 - 4.2. PROPUESTA DE ACTUACIÓN
 - 4.3. TABLAS DE SUPERFICIE ÚTIL Y CONSTRUIDA
- 5) PLANOS TÉCNICOS (ESCALA 1:100 o 1:50, en función de las dimensiones del espacio)
 - 5.1. SITUACIÓN Y EMPLAZAMIENTO
 - 5.2. PLANTAS (Técnicas y con texturas)
 - 5.3. TRES SECCIONES (mínimo y acotadas en altura) (Técnicas y con texturas)
 - 5.4. DETALLE CONSTRUCTIVO O DESPIECE PIEZA MÁS IMPORTANTE A CONCRETAR CON EL PROFESOR (mostrador, estantería...) E 1:20 o 1:10
- 6) FOTOMONTAJES (al menos 2 fotomontajes tamaño DIN A3)
- 7) AUTOEVALUACIÓN

DATOS DEL LUGAR DE INTERVENCIÓN

Local ubicado en la calle Felipe San Clemente nº3 de Zaragoza. La zona de intervención dentro del local esta indicada en la documentación gráfica.

PRESENTACIÓN

Toda la documentación gráfica será maquetada en formato DIN A3, con orientación común, y debidamente identificado: con el NOMBRE, TRABAJO, ESCALA, FECHA, DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO (planta, alzado, fotomontaje...)

Toda la documentación se entregará además en un único .PDF denominado:

APELLIDOS_NOMBRE_3.0 NOMBRE EJERCICIO

En el caso que se deba volver a entregar el ejercicio la denominación será:

APELLIDOS_NOMBRE_3.1 NOMBRE EJERCICIO

CRITERIOS DE EVALUACIÓN DEL EJERCICIO

ORIGINALIDAD Y COHERENCIA IDEA 35%
COMPOSICIÓN Y ORGANIZACIÓN 35%
PRESENTACIÓN GRÁFICA 20%
COMUNICACIÓN Y PRESENTACIÓN ORAL 10%

Un ejercicio que no contenga la documentación mínima no se aceptará.

Los textos copiados literalmente se deberán entrecomillar.

Los proyectos entregados fuera de plazo establecido tendrán una penalización:

-1 puntos en la evaluación del ejercicio si el retraso es de una semana.

-2 puntos en la evaluación del ejercicio y una nota máxima de 6 para retrasos posteriores a 1 semana.

FECHAS IMPORTANTES

ENTREGA: 31/01/2019 (jueves)

PRESENTACIÓN ORAL: 01/02/2019 (viernes)

Cada alumno tendrá 10' en los que, apoyándose en el PDF entregado, expondrá su trabajo.

En las siguientes páginas del documento se aporta información teórica, se ira complementado conforme avancen las clases.



**ESCUELA DE
ARTE DE
ZARAGOZA**

ASIGNATURA: 2º PROYECTOS ARQUITECTURA EFIMERA

PROFESOR: JUAN MANUEL MONTERDE PASTOR
CORREO ELECTRÓNICO: soloporestavez15@gmail.com

EJERCICIO: POP UP STORE

INICIO: 19/12/2018
ENTREGA: 31/01/2019
PRESENTACION: 01/02/2019

Información no incorporada a partir de esta página

TEORÍA SOBRE POP UP STORE

A partir de la lectura de los siguientes artículos:

http://comunicacionygestiondemoda.com/wp-content/uploads/2014/08/Pop-Up-Fashion-Stores_Paloma-Diaz-Soloaga.pdf

<https://www.thestorefront.com/mag/what-exactly-is-a-pop-up-shop/>

<https://www.bigcommerce.com/ecommerce-answers/what-pop-shop/>

<https://resources.storenvy.com/how-to-open-a-pop-up-shop-in-5-easy-steps/>

<https://hotproducts.info/what-is-pop-up-store/>

se pueden extraer las siguientes conclusiones.

Las siguientes conclusiones:

Son puntos de venta temporales o efímeros (desde horas hasta 3 meses)

Distinguirse de las ventas online.

Son espacios para tener una experiencia de compra que favorezca a la marca y trabajar la parte de emocional del consumidor.

Pueden dar sensación de exclusividad.

Producto que se vende está centrado en el lanzamiento de productos.

Puede servir como herramienta urbana para revitalizar zonas vinculadas a espectáculos y otras actividades.

Un espacio adecuado para su implantación son zonas transitadas a pie.

Suelen ser de un coste reducido y muy creativos para llamar la atención.



Fotografía 2: Espacio de venta de un colectivo de diseñadores para vender sus productos Fuente: <https://blog.hubspot.com/marketing/creative-pop-up-events>