



UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA

FICHA DE COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO: _____	COMPONENTE CURRICULAR: Projeto VI	
UNIDADE ACADÊMICA OFERTANTE: Faculdade de Arquitetura e Urbanismo e Design		SIGLA: FAUeD
CH TOTAL TEÓRICA: 15	CH TOTAL PRÁTICA: 75	CH TOTAL: 90

OBJETIVOS

Capacitar o discente para compreender e aplicar os fundamentos do pensamento projetual e sua metodologia. Realizar leituras e avaliações de espaços similares e normas vigentes, contextualizando aspectos ligados ao tipo de negócio, público alvo, função, conceito, análise de relação com o ambiente, mercado, estética, percepção, ergonomia, materiais e comunicação visual. **Desenvolver projeto de interiores comerciais / serviços** (ex. lojas, franquias, escritórios, etc.) envolvendo os eixos interligados de produto e comunicação visual e considerando aspectos de flexibilidade. Compreender os elementos estruturais arquitetônicos existentes e suas funções. Interpretar os elementos de informação verbais e não verbais e aplicá-los na resolução de problemas. Utilizar técnicas e meios de representação, comunicação e informação com o objetivo de gerar soluções inovadoras. Integrar os conhecimentos adquiridos nas diversas disciplinas do período.

EMENTA

Desenvolvimento e estudos de projetos para interiores comerciais, considerando a visão integrada do projeto e da produção do ambiente construído, a necessidade dos atores envolvidos no processo, os contextos sociais, econômicos e culturais, a organização espacial, suas dimensões funcionais e plásticas. Fases do projeto: Estudo Preliminar, Anteprojeto e Projeto Executivo. Compatibilização de projeto de interior e complementares. Detalhamento de espaços interiores comerciais: materiais de acabamento e mobiliário, luminotecnica e acessibilidade. Comunicação visual, criação de marca e identidade.

PROGRAMA

1) Espaços interiores comerciais:

- Conceituação;
- Evolução dos pontos de venda;
- Tipos de espaços comerciais / serviços: Lojas, franquias e escritórios;
- Exigências e legislação acerca dos espaços comerciais / serviços;
- Acessibilidade;
- Conforto térmico, lumínico e acústico;
- Lógica, instalações elétricas e hidro-sanitárias.

2) Fases do projeto de interior:

- Estudo Preliminar;
- Anteprojeto;
- Projeto Executivo;
- Detalhamentos (materiais e mobiliário).

3) Representação bi e tri dimensional.

4) Comunicação visual : desenvolvimento da identidade da empresa (marca, logo, uniformes).

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

GURGEL, Miriam. **Projetando espaços**: guia de arquitetura de interiores para áreas comerciais. São Paulo: SENAC, 2008.

MEEL, J. van; MARTENS, Y.; REE, H. J. Van. **Como planejar os espaços de escritórios**: guia prático para gestores e designers. São Paulo: G.Gili, 2013.

VARGAS, Eliana Comin. **Espaço terciário**: o lugar, a arquitetura e a imagem do comércio. São Paulo: Editora SENAC, 2001.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ANDRADE, Claudia Miranda. **História do Ambiente de Trabalho em Edifícios de Escritórios: um século de transformações**. São Paulo: BKS Bookstore, 2007.

DEMETRESCO, S.; REGAMEY, R. **Tipologia e estética do visual merchandising**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2012.

DEMETRESCO, S.; MAIER, H.(org). **Vitrinas entre _vistas**: merchandising visual. São Paulo: SENAC, 2009.

MORGAN, Tony. **Visual merchandising**: vitrines e interiores comerciais. Tradução de Elisabeth Ardións. Barcelona: G. Gili, 2011.

MOZOTA, B.B. de; COSTA, F. C. X.; KLOPSCH, C. **Gestão do Design**: usando o design para construir valor de marca e inovação corporativa. Porto Alegre: Bookman, 2011.

PEÓN. Maria Luísa. **Sistema de identidade visual**. Teresópolis: 2AB, 2009.

APROVAÇÃO

____ / ____ / ____

Carimbo e assinatura do Coordenador do
Curso

____ / ____ / ____

Carimbo e assinatura do Diretor da
Unidade Acadêmica
(que oferece o componente curricular)