

Gestión y Diseño

*Interdisciplinaridad y Comunicación
de la imagen corporativa*



DEPARTAMENTO DE POSGRADOS

TRABAJO, PREVIO TÍTULO DE:
MAGÍSTER EN DISEÑO DE INTERIORES

TÍTULO:

GESTIÓN INTERDISCIPLINARIA EN EL DISEÑO INTERIOR Y LA
COMUNICACIÓN DE LA IMAGEN CORPORATIVA DE UNA MARCA

AUTOR(A): Dis. Carla Moscoso Pacheco

DIRECTOR: Arq. Santiago Vanegas Peña, Mgt

Cuenca – Ecuador

2021

DEDICATORIA

A mis padres Mirian y Carlos por ser mi inspiración en cada paso, quienes son mi apoyo incondicional en cada una de mis decisiones, a mi hermano Carlos quien ha sido mi motivación constante para alcanzar mis sueños y a mi querida amiga Sheyla quien fue mi complemento y compañía en esta etapa universitaria.

AGRADECIMIENTO

A Dios, a la Universidad del Azuay por prepararme y educarme en este proceso, a mis maestros, los cuales fueron una guía e inspiración para seguir adelante, brindándome su conocimiento, al Arq. Santiago Vanegas por su paciencia, criterio y experiencia brindada a lo largo de este proyecto, siendo parte fundamental en esta etapa de culminación.

OBJETIVO GENERAL

Analizar las disciplinas que intervienen en la gestión y planificación del espacio interior comercial, que potencian las estrategias de comunicación de la imagen corporativa de una marca.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Investigar la relación de la gestión interdisciplinaria y el diseño interior; y como están direccionadas a potenciar la comunicación de la imagen corporativa.
2. Caracterizar e identificar las disciplinas que intervienen en la gestión y el diseño interior.
3. Establecer las relaciones interdisciplinarias en el proceso de diseño y comunicación.

GESTIÓN INTERDISCIPLINARIA EN EL DISEÑO INTERIOR Y LA COMUNICACIÓN DE LA IMAGEN CORPORATIVA DE UNA MARCA

RESUMEN

El diseño interior ha pasado por muchos cambios en los últimos años, lo que una vez fue una actividad individual es ahora una actividad que se ha diversificado mediante disciplinas afines y opuestas. Las disciplinas del diseño han trabajado de forma independiente hasta hace poco, desde que la colaboración interdisciplinaria y la gestión se han vuelto cada vez más importantes. Hoy en día al existir una competencia significativa en el ámbito comercial, el diseño interior ha ido encontrando formas innovadoras de posicionarse mediante una gestión interdisciplinaria.

El presente estudio cubre los documentos más actualizados, que hablan sobre conceptos fundamentales que envuelven al diseño interior, la marca, gestión, la interdisciplinariedad y la imagen corporativa desde la visión empresarial. Los resultados esperados de este proyecto de investigación buscan demostrar la colaboración interdisciplinaria en el diseño interior y la comunicación de la imagen corporativa de una marca

Palabras clave:

Marca, colaboración, disciplinas, gestión, trabajo, proceso creativo.

INTER-DISCIPLINARY MANAGEMENT IN INTERIOR DESIGN AND CORPORATE IMAGE CONVEYANCE OF A BRAND

ABSTRACT

Interior design has undergone multiple changes within the last few years, what once was perceived as an individual endeavor, is now an activity that has acquired diversity through related and opposing disciplines. Subjects within the realm of design have worked independently up until recently, but interdisciplinary collaboration and management have become increasingly more important. Nowadays while there is significant competition in the commercial field, interior design has found innovative ways of positioning itself through interdisciplinary management.

This study covers the most up-to-date documents, about fundamental concepts involving interior design, branding, management, interdisciplinary and corporate image from the business perspective. The outcomes of this research, seek to demonstrate interdisciplinary collaboration in interior design and the conveyance of the corporate image of a brand.

Keywords:

Brand, collaboration, disciplines, management, work, creative process

A handwritten signature in blue ink that reads "Magali Arizaga". The signature is stylized with a large, sweeping underline.