

CONOCIMIENTO DEL PRODUCTO CERÁMICO PARA ARQUITECTOS

OBJETIVO: Proporcionar los conocimientos suficientes acerca de la cerámica al colectivo de arquitectos con el objetivo de que estos puedan formar parte de la red de diseñadores de producto, consultores, asesores técnicos y comerciales de las empresas cerámicas.

Este curso está patrocinado por diferentes empresas del sector cerámico con especial sensibilidad en dirigir sus estrategias de comunicación a un tipo de prescriptor de material cerámico como es el colectivo de arquitectos

RESUMEN. Es necesario que las empresas cerámicas incorporen arquitectos en su red consultor, asesora y comercial, que cubra los huecos existentes en la comunicación entre comerciales y prescriptores. Además, la incorporación a la red comercial de prescriptores con formación en material cerámico abrirá nuevos canales de venta a las industrias. El curso constará de una parte presencial, en las instalaciones del ITC, y una parte on-line, donde el alumno podrá organizarse para desarrollar un proyecto, basado en las necesidades actuales empresariales, que será tutorizado por el ITC y finalmente evaluado por el ITC y las empresas patrocinadoras del curso.

TIPO DE FORMACIÓN: Continua.

MODALIDAD: Presencial y On-line.

ÁREA TEMÁTICA: Hábitat

ALUMNOS: Arquitectos colegiados

Nº PLAZAS: 24 plazas. (limitadas)

FECHAS PREVISTAS SESIONES PRESENCIALES: del 14 al 18 de septiembre de 2015

HORARIO PREVISTO SESIONES PRESENCIALES: De 9:00 a 14:00 horas.

SESIONES PRESENCIALES: 5 Sesiones de mañana de Lunes a Viernes.

DURACIÓN: 25 h.

TRABAJO PRÁCTICO: 80 horas

FECHAS PREVISTAS TRABAJO PRÁCTICO: del 21 de septiembre al 2 de octubre de 2015. El alumno y los tutores establecerán como mínimo 2 horas semanales para la revisión del proyecto. Estas tutorías se realizarán on-line a través de la herramienta que dispone el ITC: Adobe-Connect.

FECHA PREVISTA PARA LA ENTREGA DEL TRABAJO: Se establecerá una fecha a partir del 5 de octubre para realizar una presentación a los tutores designados del proyecto.

TITULARIDAD DE LOS TRABAJOS: La titularidad de los derechos de propiedad intelectual de los Proyectos corresponde a los/las estudiantes que los hayan realizado. Quedan a salvo de esta regla aquellos derechos preexistentes que ya pertenecieran a las empresas patrocinadoras o a terceros. Sobre estos derechos previos, el alumno no obtiene ningún tipo de licencia o autorización para usos posteriores o ajenos al propio curso. Las empresas patrocinadoras del curso estarán legitimadas, en relación con aquel proyecto en el que hayan intervenido o cooperado directamente, a negociar y adquirir, con carácter preferente sobre cualquier tercero, con el alumno autor y titular de los derechos sobre el Proyecto, una licencia de uso (exclusiva o no) o la cesión completa de sus derechos en condiciones económicas razonables y a precios de mercado. Las empresas patrocinadoras deberán comunicar al alumno su intención de ejercer este derecho de negociación y adquisición preferente lo antes posible, y en todo caso en un plazo no superior a 6 meses desde la terminación del curso.

COSTE PARA EL ALUMNO:

161 € Precio reducido. Arquitectos CTAC adscritos al Pack Cultura.

230 € Precio reducido. Arquitectos COACV.

299 € Precio general.

Cada una de las 12 empresas patrocinadoras participará en la cofinanciación del curso con 767€.

PROFESORADO: Técnicos de ITC en las áreas de Hábitat, Producto acabado, Medioambiente, Composiciones y Calidad.

LUGAR DE IMPARTICIÓN: Instituto de Tecnología Cerámica - Avda. Vicente Sos Baynat. Universidad Jaime I. Castellón. 12006. España.

OBSERVACIONES:

Comienzo de los cursos condicionado a la inscripción de un número mínimo de alumnos.

Para la devolución del 100% del importe del curso será condición indispensable comunicar el abandono del mismo, al menos tres días antes del inicio del mismo.

Si está interesado en participar como alumno descargue la solicitud de pre-inscripción [aquí](#).

Si su empresa está interesada en participar como patrocinadora descargue la solicitud de inscripción [aquí](#).

INFORMACIÓN Y PERSONA DE CONTACTO:

Preguntar por: Marian Falcó

Email: formacion@itc.uji.es

Tel.: 964 34 24 24

Fax: 964 34 24 25

PROGRAMA:

1. El sector cerámico

El objetivo es transmitir las características del clúster cerámico español al arquitecto para que conozca sus potencialidades y carencias.

- 1.1. *Cerámica y arquitectura. Evolución*
- 1.2. *Organizaciones relevantes del sector*
- 1.3. *Evolución económica del sector*
- 1.4. *El sector en la actualidad*
- 1.5. *Principales datos del sistema de valor*
- 1.6. *El futuro del sector. Escenarios*

2. Tendencias cerámicas y tendencias en el hábitat, nuevos consumidores y claves de comunicación y distribución

El objetivo del módulo es que los asistentes tengan una idea aproximada sobre qué son las tendencias y qué significan en el sector cerámico, además de conocer las fuentes de información básicas a las que pueden acceder para obtener dicha información. Además se mostrarán las principales tendencias en producto cerámico para los próximos años relacionadas con las tendencias en el hogar y el sector contract.

3. Fabricación de baldosas cerámicas

En este apartado se realizará una introducción al proceso de fabricación de los diferentes productos cerámicos, las materias primas empleadas en su fabricación y el porqué del uso de cada una de ellas en los productos cerámicos.

4. Técnicas decorativas

Este módulo pretende realizar un recorrido a través de las diferentes técnicas decorativas para que el alumno conozca sus características, limitaciones y ventajas.

- 4.1. *Técnicas previas al siglo XX: alíceres, cuerda seca, arista...*
- 4.2. *Trepas*
- 4.3. *Serigrafía*
- 4.4. *Aerografía*
- 4.5. *Flexografía, Huecograbado*
- 4.6. *Inkjet*

5. Aspectos medioambientales

Se pretende dar una visión de las herramientas disponibles para baldosas cerámicas relacionadas con compra verde, conocer la importancia de las ecoetiquetas en las compras públicas y privadas, abordar las tendencias futuras en este ámbito y dar a conocer el trabajo que se desarrolla desde el ITC en temas de comunicación ambiental de productos cerámicos.

6. Baldosas cerámicas.

- 6.1. *Tipología*
 - 6.1.1. *Tipología de productos*

- 6.1.2. Análisis frente a otros productos alternativos
- 6.1.3. Normativa de las baldosas cerámicas
- 6.1.4. Normativa (Parte PRÁCTICA). Realización de ensayos en laboratorio

6.2. Selección del material cerámico según uso

- 6.2.1. Clasificación de las baldosas cerámicas
- 6.2.2. Clasificación de locales
- 6.2.3. Proceso de selección

7. Colocación del material cerámico por adhesión. Sistemas de colocación y rejuntado

- 7.1. Tipos de soportes
- 7.2. Técnicas de colocación
- 7.3. Tipos de materiales de agarre
- 7.4. Juntas de colocación y movimiento

8. Personalización del producto

Se identifican las etapas del proceso donde es posible personalizar el producto, tanto en las etapas previas a la cocción como en las posteriores, a través de obra realizada.

8.1. Durante el proceso de producción:

- 8.1.1. Relieves
- 8.1.2. Tecnología Ink-jet

8.2. Posteriores a la cocción:

- 8.2.1. Corte mediante disco
- 8.2.2. Corte por agua
- 8.2.3. Deposición de metales
- 8.2.4. Doblado (termoconformado)
- 8.2.5. Láser

9. Nuevos materiales cerámicos

El objetivo de este módulo es mostrar nuevos materiales cerámicos no incluidos en la ISO 13006 / UNE 1441.

- 9.1. Láminas de gran formato
- 9.2. Baldosas porosas (techo)
- 9.3. Pavimentos urbanos
- 9.4. Productos ecológicos/sostenibles
- 9.5. Dióxido de Titanio
- 9.6. Materiales reciclados y reutilizados

10. Nuevos sistemas de instalación

- 10.1. Suelos técnicos
- 10.2. Sistemas de colocación en seco existentes

10.3. *Nuevos sistemas de fachada ventilada (incorporación de anclajes en el proceso de conformado, reutilización del aire caliente de la cámara, etc.)*

10.4. *Tejidos cerámicos (Flex brick)*

10.5. *Prefabricados cerámicos*

11. Patologías del producto y de la instalación

Estos módulos constan de una primera parte en donde se establece la metodología a seguir para el diagnóstico del problema (Información inicial sobre el tipo de patología, preparación de la visita, obtención de información "in situ", análisis de las causas, valoración del nivel de incidencia, toma de muestras) y una segunda parte, en donde se analizan los diferentes tipos de patologías (Defectos dimensionales, Defectos en la superficie, Defectos generales en la instalación) junto con las causas que las generan.

12. Trabajo práctico

El alumnado realizará un trabajo práctico sobre una empresa cerámica concreta. Este trabajo se realizará durante dos semanas en el estudio del alumno. Será tutorado, mediante herramientas on-line, por profesorado de ITC y por personal de la empresa cerámica de los departamentos de gerencia, marketing o comercial. El tema de este trabajo práctico así como el horario de las sesiones de tutoría se establecerán de común entre el alumnado, la empresa e ITC. Algunos posibles temas de este trabajo práctico son:

- **Propuestas de producto dirigido a los prescriptores:** análisis de la oferta de producto para detectar huecos en la oferta para el canal de arquitectura. A partir del análisis se realizarán diferentes propuestas para ampliar la oferta de producto a través de nuevas referencias.

- **Auditoría de la gama de producto de la empresa:** el objetivo es hacer una revisión de la gama de producto basada en tendencias y determinar cuales son las tendencias predominantes de la empresa. Un segundo resultado consistirá en determinar las tendencias de mayor atractivo para el canal de ventas orientado a la arquitectura y realizar una serie de recomendaciones para orientar el producto hacia dicho canal.

- **Diagnóstico de la estrategia de comunicación comercial de la empresa:** análisis y diagnóstico de la estrategia de comunicación hacia el canal de ventas a través de la revisión de los materiales usados y entrevistas en profundidad con perfiles comerciales de la empresa. Una vez analizado se deberán realizar recomendaciones de mejora para orientar el trabajo comercial hacia el canal de arquitectura.

- **Preparación de un dossier de producto para la arquitectura:** el objetivo será, partiendo de la oferta de producto y los materiales de comercialización, preparar un dossier de producto orientado al canal de la arquitectura.

- **Análisis del canal de ventas contract:** un estudio sobre el canal contract español centrado principalmente en los hoteles. Se pretenden detectar los *stakeholders* del canal, la dinámica de construcción en este sector y la elección de materiales, los recursos y materiales necesarios para acceder a este canal, así como las principales tendencias en el sector hotelero y cómo la empresa cerámica puede orientarse y dar soluciones concretas para dichas tendencias.

- **Estudio de mercado de estudios de arquitectura:** análisis de proyectos singulares de los principales estudios de arquitectura, estudiando posibles alternativas de materialización cerámica, ofertando soluciones individualizadas para cada proyecto.