

DISEÑO DE ESPACIOS COMERCIALES

ESPECIALIDAD/ES	CURSO /OS	SEMESTRE	TURNO	Nº DE CRÉDITOS	HORAS PRESENCIALES
I	2º 3º	1º	M	4	4

G DISEÑO GRÁFICO I DISEÑO DE INTERIORES M DISEÑO DE MODA P DISEÑO DE PRODUCTO

M TURNO MAÑANA T TURNO TARDE

PROFESOR

LARIOS MARTÍNEZ, JUAN CARLOS

El proyecto de espacio comercial debe entenderse como un proceso que va del concepto a la realización, con el propósito de identificar una marca, transmitir sus valores, influir en la conducta del cliente, animarle a entrar, percibir y valorar el espacio comercial siendo su objeto fomentar el consumo del producto a través del valor añadido que al prestigio de la marca puede añadir el Diseño de Interiores.

Esta asignatura sienta las bases de un conocimiento real del marketing aplicado, perfilando público objetivo, conociendo la estructura del espacio comercial y sus fines con objeto de valorar el producto. El Diseño de Espacios Comerciales establece la unión entre la marca, el consumidor, el producto y el entorno, procurando llevar a cabo el proyecto tan próximo a la realidad como sea posible

