

Máster en Creación y Diseño de Espacios Comerciales + Titulación universitaria



ÍNDICE

1 | Somos Educa Business School

2 | Rankings

3 | Alianzas y acreditaciones

4 | By EDUCA EDTECH Group

5 | Metodología LXP

6 | Razones por las que elegir Educa Business School

7 | Programa Formativo

8 | Temario

9 | Contacto

SOMOS EDUCA BUSINESS SCHOOL

EDUCA Business School es una institución de formación online especializada en negocios. Como miembro de la Comisión Internacional de Educación a Distancia y con el prestigioso Certificado de Calidad AENOR (normativa ISO 9001) nuestra institución se distingue por su compromiso con la excelencia educativa.

Nuestra **oferta formativa**, además de **satisfacer las demandas del mercado laboral** actual, puede bonificarse como formación continua para el personal trabajador, así como ser homologados en Oposiciones dentro de la Administración Pública. Las titulaciones de EDUCA Business School se pueden certificar con la Apostilla de La Haya dotándolos de validez internacional en más de 160 países.

Más de

18

años de
experiencia

Más de

300k

estudiantes
formados

Hasta un

98%

tasa
empleabilidad

Hasta un

100%

de financiación

Hasta un

50%

de los estudiantes
repite

Hasta un

25%

de estudiantes
internacionales

RANKINGS DE EDUCA BUSINESS SCHOOL

Educa Business School se engloba en el conjunto de EDUCA EDTECH Group, que ha sido reconocido por su trabajo en el campo de la formación online.

Todas las entidades bajo el sello EDUCA EDTECH comparten la misión de democratizar el acceso a la educación y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación. Gracias a ello ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional.



ALIANZAS Y ACREDITACIONES



FONDO
SOCIAL
EUROPEO



BY EDUCA EDTECH

Educa Business School es una marca avalada por **EDUCA EDTECH Group**, que está compuesto por un conjunto de experimentadas y reconocidas instituciones educativas de formación online. Todas las entidades que lo forman comparten la misión de democratizar el acceso a la educación y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación.



ONLINE EDUCATION



METODOLOGÍA LXP

La metodología **EDUCA LXP** permite una experiencia mejorada de aprendizaje integrando la AI en los procesos de e-learning, a través de modelos predictivos altamente personalizados, derivados del estudio de necesidades detectadas en la interacción del alumnado con sus entornos virtuales.

EDUCA LXP es fruto de la **Transferencia de Resultados de Investigación** de varios proyectos multidisciplinares de I+D+i, con participación de distintas Universidades Internacionales que apuestan por la transferencia de conocimientos, desarrollo tecnológico e investigación.



1. Flexibilidad

Aprendizaje 100% online y flexible, que permite al alumnado estudiar donde, cuando y como quiera.



2. Accesibilidad

Cercanía y comprensión. Democratizando el acceso a la educación trabajando para que todas las personas tengan la oportunidad de seguir formándose.



3. Personalización

Itinerarios formativos individualizados y adaptados a las necesidades de cada estudiante.



4. Acompañamiento / Seguimiento docente

Orientación académica por parte de un equipo docente especialista en su área de conocimiento, que aboga por la calidad educativa adaptando los procesos a las necesidades del mercado laboral.



5. Innovación

Desarrollos tecnológicos en permanente evolución impulsados por la AI mediante Learning Experience Platform.



6. Excelencia educativa

Enfoque didáctico orientado al trabajo por competencias, que favorece un aprendizaje práctico y significativo, garantizando el desarrollo profesional.

RAZONES POR LAS QUE ELEGIR EDUCA BUSINESS SCHOOL

1. FORMACIÓN ONLINE ESPECIALIZADA

Nuestros alumnos acceden a un modelo pedagógico innovador **de más de 20 años de experiencia educativa con Calidad Europea.**



2. METODOLOGÍA DE EDUCACIÓN FLEXIBLE

Con nuestra metodología estudiarán **100% online** y nuestros alumnos/as tendrán acceso los 365 días del año a la plataforma educativa.



3. CAMPUS VIRTUAL DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA



Contamos con una **plataforma avanzada** con material adaptado a la realidad empresarial, que fomenta la participación, interacción y comunicación con alumnos de distintos países.

4. DOCENTES DE PRIMER NIVEL

Nuestros docentes están acreditados y formados en **Universidades de alto prestigio en Europa**, todos en activo y con una amplia experiencia profesional.



5. TUTORÍA PERMANENTE



Contamos con un **Centro de Atención al Estudiante CAE**, que brinda atención personalizada y acompañamiento durante todo el proceso formativo.

6. DOBLE MATRICULACIÓN

Algunas de nuestras acciones formativas cuentan con la llamada **Doble matriculación**, que te permite obtener dos formaciones, ya sean de masters o curso, al precio de una.



Máster en Creación y Diseño de Espacios Comerciales + Titulación universitaria



DURACIÓN
1500 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPañAMIENTO
PERSONALIZADO**



CREDITOS
5 ECTS

Titulación

Doble Titulación: - Titulación de Máster en Creación y Diseño de Espacios Comerciales con 1500 horas expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional - Titulación de Curso de Desarrollo Profesional en Diseño del Espacio Comercial (Retail Design) con 125 y 5 ECTS expedida por UTAMED - Universidad Tecnológica Atlántico Mediterráneo.



EDUCA BUSINESS SCHOOL

como centro acreditado para la impartición de acciones formativas
expide el presente título propio

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con número de documento XXXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre del curso

con una duración de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación de Educa Business School.

Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX/XXXXXXX/XXXXXX.

Con una calificación XXXXXXXXXXXXXXX.

Y para que conste expido la presente titulación en Granada, a (día) de (mes) del (año).

Firma del Alumno/a
NOMBRE ALUMNO/A

La Dirección Académica
NOMBRE DE AREA MANAGER



Con el aval de la Comisión, Categoría Especial del Consejo Económico y Social de la UNED (Plan Propio de Grado)



Descripción

Este Master en Diseño y Decoración de Espacios Comerciales y Visual Merchandising le capacita para aprender con claridad los conceptos básicos del mundo de la decoración relacionada con el comercio, además de la planificación, las etapas, tareas y desempeño de las acciones de un proyecto, así como las tácticas para elegir los elementos y materiales básicos para conseguir los objetivos perseguidos mediante la reestructuración de cualquier establecimiento comercial.

Objetivos

- Adquirir nociones sobre cómo componer un espacio y crear ambientes y estilos adecuados a la personalidad de sus productos.
- Conseguir la mayor eficacia en la distribución y presentación de la mercancía en el espacio de venta.
- Conocer las técnicas apropiadas para una correcta presentación del escaparate.
- Aprender los principios básicos en el montaje de un escaparate.
- Proyectar y ambientar los espacios de un espacio comercial.
- Mostrar y analizar el proceso de diseño para el desarrollo de un espacio comercial.
- Dar visibilidad al escaparate y conocer sus cualidades oportunas.
- Conseguir una adecuada eficacia en la distribución y presentación de la mercancía en el espacio de venta.
- Capacitar al alumno en el diseño de interiores asistido por ordenador utilizando el programa 3D Studio Max para la producción de imágenes 3D aplicables a publicidad, simulación, arquitectura, etc.

Para qué te prepara

Este Master en Diseño y Decoración de Espacios Comerciales y Visual Merchandising está dirigido a todas aquellas personas inmersas en el mundo de la decoración y su relación con el comercio. Así como profesionales y aficionados del modelado. Diseñadores, estudiantes de arquitectura, estudiantes de módulos profesionales relacionados con el 3D. Y en general, a cualquier persona interesada en formarse en este sector de la decoración.

A quién va dirigido

A través de este Master en Diseño y Decoración de Espacios Comerciales y Visual Merchandising el alumno podrá llevar a cabo la decoración de cualquier tipo de tienda con todos los elementos que ésta ampara (escaparate, fachada, publicidad, colores, iluminación, mobiliario,...). Además, le capacita a nivel profesional para crear espectaculares imágenes 3D, usando las potentes herramientas de modelado y texturizado de 3D Studio Max 2016, incluyendo las novedosas Graphite Modeling Tools.

Salidas laborales

Marketing, Comercio, Decoración, Dependientes de comercio, Diseño de espacios, Responsable de visual merchandising y marca.

TEMARIO

PARTE 1. DISEÑO DEL ESPACIO COMERCIAL: RETAIL DESIGN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTOS BÁSICOS

1. Concepto de mercado
2. Cliente/Consumidor
3. Marketing
4. La marca
5. Concepto de calidad
6. Concepto de excelencia

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ASPECTOS GENERALES SOBRE MERCHANDISING

1. Concepto de Merchandising
2. Tipos de Merchandising
3. Análisis de la promoción en el punto de venta
4. Tipos de promociones en el punto de venta
5. Tipos de periodos para animar el establecimiento
6. Actitudes para un buen funcionamiento de su negocio

UNIDAD DIDÁCTICA 3. HISTORIA DEL DISEÑO

1. ¿Qué es el interiorismo?
2. La decoración en la historia
3. Aspectos teóricos
4. Percepciones del diseño
5. Principales estilos decorativos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA IMPORTANCIA DE LA LUZ Y EL COLOR

1. La importancia de la luz
2. El equilibrio del color

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MOBILIARIO Y ELEMENTOS DECORATIVOS

1. Introducción
2. Tipos de mobiliario
3. Utilería
4. Elementos decorativos

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ORGANIZACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO

1. Circulación en el establecimiento
2. Implantación por secciones y por familias de productos
3. Normativa de seguridad e higiene aplicada a la sala de ventas
4. Comparación de distintos puntos de venta observando la distribución del espacio

UNIDAD DIDÁCTICA 7. OPTIMIZACIÓN DEL LINEAL

1. Definición e implantación
2. Criterios organizativos
3. Cálculo de la rentabilidad del lineal
4. Contenidos prácticos: Comparación de distintos lineales

UNIDAD DIDÁCTICA 8. MONTAJE DE STAND

1. Montaje de stand
2. Diseño y distribución del espacio
3. Presentación del producto
4. Publicidad, soportes publicitarios
5. Clasificación del stand
6. Factores para planificar la asistencia en la feria

UNIDAD DIDÁCTICA 9. EL ESCAPARATE

1. Introducción
2. Introducción histórica del escaparate
3. Funciones y objetivos de un escaparate
4. Tipos de escaparates
5. El escaparate como elemento comunicador
6. Requisitos de un buen escaparate
7. Factores que intervienen
8. ¿Qué es un escaparatista?
9. Técnicas de composición en el escaparatismo

UNIDAD DIDÁCTICA 10. EL EXTERIOR COMO REFLEJO DEL INTERIOR

1. La identidad, logo y rótulo
2. Acciones para tener un establecimiento actual
3. La fachada

UNIDAD DIDÁCTICA 11. TENDENCIAS

1. Comercios
2. Oficina

UNIDAD DIDÁCTICA 12. EL PROYECTO DE INTERIORISMO

1. El proyecto de interiorismo
2. El proyecto de decoración
3. Cómo realizar una buena toma de datos
4. Razones por las que contratar a un interiorista

PARTE 2. DECORACIÓN DE TIENDAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN: PLANIFICACIÓN, DISEÑO Y DECORACIÓN.

1. Breve historia del diseño
2. ¿Qué es el diseño y la decoración?
3. Planificación de la idea decorativa
4. Diseño del proyecto de interiores
5. Ejecución del proyecto decorativo

UNIDAD DIDÁCTICA 2. FUNDAMENTOS DE DISEÑO Y DECORACIÓN

1. Nociones sobre el diseño y decoración
2. El color
3. La iluminación
4. El espacio

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

1. El Visual Merchandising
2. Reglas básicas de Visual Merchandising
3. Las imágenes
4. El color
5. Criterios de distribución y presentación del proyecto
6. Colocación del mobiliario
7. Presentaciones por temporadas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. MOBILIARIO Y ELEMENTOS

1. Introducción
2. Tipos de mobiliario
3. Utilería, Rotación de la mercadería

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ORGANIZACIÓN DE ESPACIOS COMERCIALES

1. Introducción
2. La distribución
3. Recorrido del cliente
4. Proporciones del espacio
5. Organizaciones de espacios

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA ATMÓSFERA EN LOS ESPACIOS DE VENTA

1. Introducción
2. Efectos visuales
3. Marketing sensorial
4. Estilos decorativos
5. Clasificación del espacio

UNIDAD DIDÁCTICA 7. MONTAJE DE UNA PRESENTACIÓN VISUAL

1. Introducción
2. La composición
3. El peso visual

4. Formas de iluminación
5. Sombras y colores
6. Decoración
7. Presentación de escaparates
8. Organización de los elementos en el escaparate

UNIDAD DIDÁCTICA 8. MONTAJE DE STAND

1. Montaje de stand
2. Diseño y distribución del espacio
3. Presentación de producto
4. Publicidad, soportes publicitarios
5. Clasificación del stand
6. Factores para planificar la asistencia en la feria

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PUBLICIDAD EN INTERIORES Y EXTERIORES

1. Introducción
2. Fachadas, escaparates y entradas
3. Publicidad exterior
4. El logotipo
5. Carteles
6. Publicidad en el interior
7. Las etiquetas de precios

UNIDAD DIDÁCTICA 10. ELECCIÓN DE MATERIALES ADECUADOS

1. Introducción
2. Materiales en el diseño del local
3. Materiales de decoración: piedra
4. Materiales de decoración: madera
5. Materiales de decoración: vidrios
6. Materiales de decoración: metal
7. Materiales de decoración: sintéticos, plásticos
8. Materiales de decoración: hormigón y yeso
9. Materiales para la presentación visual
10. Materiales a utilizar en el escaparate
11. Revestimiento de papel pintado
12. Materiales decorativos de ambientación

UNIDAD DIDÁCTICA 11. COMPOSICIÓN DEL PROYECTO TÉCNICO

1. Planteamiento del proyecto Fases de la planificación
2. Esquema de la planificación del proyecto
3. Realización del proyecto
4. Datos técnicos para locales comerciales
5. Datos técnicos: paredes y techos
6. Presentaciones técnicas: mobiliario e iluminación
7. Datos técnicos: aire acondicionado

UNIDAD DIDÁCTICA 12. ÚLTIMAS TENDENCIAS EN EL DISEÑO DE TIENDAS

1. Introducción
2. Los nuevos comercios
3. Tipos de negocios
4. Diferencia entre negocios y mercados especiales
5. Los nuevos conceptos por sectores
6. Tiendas con estilo

PARTE 3. ESCAPARATISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTOS BÁSICOS

1. Concepto de mercado
2. Cliente/Consumidor
3. Marketing
4. La marca
5. Concepto de calidad
6. Concepto de excelencia
7. Merchandising

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL ESCAPARATE

1. Introducción
2. Introducción histórica del escaparate
3. Funciones y objetivos de un escaparate
4. Tipos de escaparates
5. El escaparate como elemento comunicador
6. Requisitos de un buen escaparate
7. ¿Qué es un escaparatista?

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRINCIPIOS BÁSICOS EN EL MONTAJE DE UN ESCAPARATE

1. Introducción
2. Principios básicos de un escaparate
3. Características fundamentales de un escaparate
4. Principios de composición de un escaparate
5. El recorrido visual

UNIDAD DIDÁCTICA 4. TÉCNICAS DE COMPOSICIÓN EN EL ESCAPARATISMO

1. Introducción
2. Técnicas basadas en el trazado de la línea imaginaria
3. Técnicas basadas en la localización del punto

UNIDAD DIDÁCTICA 5. COMPOSICIÓN VISUAL DEL ESCAPARATE

1. Introducción
2. El color
3. La luz y la iluminación

4. Líneas, volúmenes y superficies

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ELEMENTOS QUE INTERVIENEN EN LA ANIMACIÓN DE UN ESCAPARATE

1. Elementos estructurales
2. Elementos de fijación
3. Revestimientos
4. Carteles
5. Materiales de ambientación
6. Elementos móviles y sistemas de animación
7. Elementos fijos
8. Elementos vivos
9. Maniquíes
10. Herramientas de trabajo en el escaparate

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PASOS A SEGUIR EN EL MONTAJE DE UN ESCAPARATE

1. Introducción
2. La idea
3. El proyecto
4. Maqueta
5. Presupuesto
6. Tiempo de ejecución
7. Programación de la exposición de productos
8. Preparación de los productos a exponer
9. El montaje de los productos

UNIDAD DIDÁCTICA 8. DIBUJO Y DISEÑO

1. La comunicación visual: el significado del diseño
2. La composición y el diseño
3. Dibujo artístico y dibujo técnico

PARTE 4. MERCHANDISING Y ANIMACIÓN EN EL PUNTO DE VENTA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL MERCADO

1. Concepto de mercado
2. Definiciones y conceptos relacionados
3. División del mercado

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL CONSUMIDOR

1. El consumidor y sus necesidades
2. La psicología del mercado
3. La psicología del consumidor
4. Necesidades
5. Motivaciones
6. Tipos de consumidores
7. Análisis del comportamiento del consumidor

8. Factores de influencia en la conducta del consumidor
9. Modelos del comportamiento del consumidor

UNIDAD DIDÁCTICA 3. SERVICIO/ASISTENCIA AL CLIENTE

1. Servicio al cliente
2. Asistencia al cliente
3. Información y formación del cliente
4. Satisfacción del cliente
5. Formas de hacer el seguimiento
6. Derechos del cliente-consumidor
7. Tratamiento de reclamaciones
8. Tratamiento de dudas y objeciones

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL PROCESO DE COMPRA

1. Proceso de decisión del comprador
2. Roles en el proceso de compra
3. Complejidad en el proceso de compra
4. Tipos de compra
5. Variables que influyen en el proceso de compra

UNIDAD DIDÁCTICA 5. VENTAS

1. Introducción
2. Teorías de las ventas
3. Tipos de ventas
4. Técnicas de ventas

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL VENDEDOR. PSICOLOGÍA APLICADA

1. El vendedor
2. Tipos de vendedores
3. Características del buen vendedor
4. Cómo tener éxito en las ventas
5. Actividades del vendedor
6. Nociones de psicología aplicada a la venta
7. Consejos prácticos para mejorar la comunicación
8. Actitud y comunicación no verbal

UNIDAD DIDÁCTICA 7. ANIMACIÓN EN EL PUNTO DE VENTA.

1. Merchandising
2. Condiciones ambientales
3. Captación de clientes
4. Diseño interior
5. Situación de las secciones
6. Animación
7. Mobiliario
8. La Circulación de los Clientes

9. Distribución de las secciones
10. La cartelería y señalización

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EXTERIOR DEL PUNTO DE VENTA

1. Introducción
2. La identidad, logo y rótulo
3. Entrada al establecimiento
4. Acciones para tener un comercio actual
5. ¿Dónde establezco el punto de venta?
6. ¿Por qué es importante la imagen exterior de mi punto de venta?
7. El escaparate

UNIDAD DIDÁCTICA 9. EL LINEAL

1. Optimización de líneas
2. Reparto del lineal
3. La implantación del lineal
4. Los diferentes niveles del lineal
5. Presentación de los productos del lineal

UNIDAD DIDÁCTICA 10. ASPECTOS GENERALES SOBRE MERCHANDISING

1. Concepto de merchandising
2. Tipos de merchandising
3. Análisis de la promoción en el punto de venta
4. Objetivos del merchandising promocional
5. Tipos de promociones en el punto de venta
6. Tipos de periodos para promocionar el establecimiento
7. Actitudes para un buen funcionamiento de su negocio

UNIDAD DIDÁCTICA 11. PUBLICIDAD EN EL LUGAR DE VENTA (PLV)

1. ¿Cómo gestionar eficazmente el área expositiva?
2. La publicidad en el lugar de venta (PLV)
3. Objetivos de la publicidad
4. Elementos de venta visual
5. Medios Publicitarios

PARTE 5. DISEÑO CON 3D STUDIO MAX

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA INTERFAZ DE 3DS MAX

1. ¿Qué es 3ds Max?
2. Elementos de la interfaz
3. El panel de comandos
4. La barra inferior

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LAS VENTANAS GRÁFICAS

1. Las ventanas de visualización
2. Las vistas
3. Utilización de los gizmos de navegación (ViewCube y Steering Wheels)
4. Utilización de la rueda de desplazamiento
5. Opciones de la ventana gráfica

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CREACIÓN Y EDICIÓN DE ESCENAS

1. Crear y guardar escenas
2. Importar y exportar escenas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CREACIÓN DE OBJETOS

1. Creación de objetos
2. Cambiar nombre y color

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MÉTODOS DE CREACIÓN EN EL MODELADO DE OBJETOS

1. Los métodos de creación
2. Creación de Splines

UNIDAD DIDÁCTICA 6. SELECCIÓN Y MODIFICACIÓN DE OBJETOS

1. Métodos de selección
2. Modificar objetos
3. Segmentos

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LOS MODIFICADORES EN EL MODELADO TRIDIMENSIONAL

1. Los modificadores
2. La pila de modificadores

UNIDAD DIDÁCTICA 8. MODELADO DE OBJETOS

1. Polígonos
2. Selección de Sub-objetos
3. Modificar partes de un objeto
4. Las normales
5. Chaflán, extrudido y bisel
6. Principales herramientas de modelado

UNIDAD DIDÁCTICA 9. INTRODUCCIÓN A V-RAY PARA 3DS MAX

1. Introducción a V-Ray para 3ds Max
2. Como iniciar V-Ray para 3ds Max
3. Interfaz del usuario
4. Organización del modelo

UNIDAD DIDÁCTICA 10. MATERIALES

1. Introducción
2. La luz sobre los objetos y los materiales
3. Materiales PBR
4. Creación de materiales
5. Edición de materiales
6. Texturas
7. Mapas
8. Materiales en el modelo

UNIDAD DIDÁCTICA 11. ILUMINACIÓN

1. Métodos aplicados a la iluminación
2. Iluminación de un objeto de la escena
3. Iluminación espacios interiores
4. Iluminación espacios exteriores
5. Render de prueba

UNIDAD DIDÁCTICA 12. ESCENAS Y CÁMARAS

1. Ubicación y configuración de cámaras
2. Recorridos virtuales

UNIDAD DIDÁCTICA 13. LA ANIMACIÓN DE OBJETOS

1. La animación con Auto Key
2. La animación con Set Key
3. Edición de fotogramas clave
4. Propiedades de reproducción
5. Modificaciones desde la hoja de rodaje
6. El editor de curvas

UNIDAD DIDÁCTICA 14. PARÁMETROS Y GENERACIÓN DE RENDERS

1. Motor de render
2. Configuración del motor de render

UNIDAD DIDÁCTICA 15. POSTPRODUCCIÓN

1. ¿Qué es la postproducción?
2. Técnicas de edición de imagen

PARTE 6. DISEÑO Y MODELADO DE INTERIORES CON 3D STUDIO MAX

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROYECTO

1. Presentación
2. Espacio de trabajo
3. Importación plano CAD

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CREACIÓN DEL ESPACIO

1. Modelar el entorno
2. Creación de puertas
3. Creación de ventanas
4. Crear escaleras

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MOBILIARIO DE INTERIORES

1. Modelado de objetos básicos
2. Importación de objetos de librerías

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ELEMENTOS DE DETALLE

1. Rodapié y molduras
2. Crear cortinas
3. Crear objetos decorativos

UNIDAD DIDÁCTICA 5. TEXTURIZADO

1. Creación y aplicación de materiales
2. Materiales

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ILUMINACIÓN Y CÁMARAS

1. Crear luz exterior
2. Crear luz interior
3. Modelado del entorno para renderizado
4. Cámaras

UNIDAD DIDÁCTICA 7. RENDER FINAL

1. Configuración del Renderizado
2. Resultados finales
3. Recorrido virtual

