

tabla de contenido:

1 Introducción

2 Propósito

3 Objetivo general

4 Objetivo Especifico

5 Justificación

6 Marco Teórico

6.1 Empresa Leadh

6.1.1 Espacios comerciales

6.2 Espacios Comerciales

6.2.1 Tendencia

6.2.2 Cultura

6.2.3 Promoción visual

6.2.4 Información visual

6.2.5 Categoría de los espacios comerciales

6.2.5.1 stand

6.2.5.2 exposición

6.2.5.3 Superficie de ventas

6.2.5.4 Vitrina

6.2.5.5 tienda especializada

6.2.5.6 Manifestaciones Populares

6.2.5.7 publicidad punto de venta

6.2.6 proceso perceptivo

6.3 Organización de eventos

6.3.1 diseño

6.3.2 producción

6.3.3 montaje

6.3.4 ejecución

6.3.5 desmontaje

6.3.6 evaluación de resultados

6.3.7 pos-eventos

6.4 organización de eventos para conciertos

6.4.1 organización de palcos

6.4.2 Entrevista: