

Especialización Profesional Comunicación Social



tech formación
profesional



Especialización Profesional Comunicación Social

Modalidad: Online

Titulación: TECH Formación Profesional

Duración: 6 meses

Horas: 450

Acceso web: www.tech-fp.com/administracion-gestion/especializacion-profesional/comunicacion-social

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Requisitos de acceso

pág. 6

03

Salidas profesionales

pág. 8

04

¿Qué seré capaz de hacer al finalizar la Especialización Profesional?

pág. 10

05

Plan de formación

pág. 12

06

Metodología

pág. 18

07

Titulación

pág. 22

01

Presentación

La comunicación social es esencial para la creación publicitaria en el ámbito empresarial. Gracias a ella, se obtiene la capacidad de detectar el contexto cultural en el que se emiten los mensajes o de identificar la aceptación de los mismos por parte del público. Por tanto, esta disciplina condicionará la asimilación de la información comercial y, en consecuencia, el incremento de las ventas en determinados productos. Con esta capacitación, adquirirás actualizadas habilidades para acceder a las compañías del sector. Durante este periodo académico, identificarás las diferentes teorías de recepción del mensaje. Asimismo, ahondarás en los métodos más eficientes para generar emociones positivas en los consumidores. Además, gracias a su metodología 100% online, gestionarás tus horarios para obtener un aprendizaje a tu ritmo.

“

La Especialización Profesional en Comunicación Social te permitirá analizar y diferenciar las distintas teorías sobre la recepción de mensajes”





Debido a la competitividad existente en los mercados, las empresas necesitan disponer de adecuadas estrategias comunicativas para atraer a sus consumidores. Por ello, cada vez son más las compañías que recurren a agencias de marketing para diseñar campañas publicitarias que permitan incrementar sus beneficios económicos. Dada esta situación, las oportunidades profesionales en el marco de la Comunicación Social son muy amplias.

Ante esta circunstancia, TECH ha creado esta Especialización Profesional en Comunicación Social, con el fin de impulsar tu incursión laboral en este mercado de trabajo. A lo largo de 3 módulos de aprendizaje intensivo, dominarás los elementos y las formas de los lenguajes publicitarios o identificarás los sistemas de análisis de las campañas comerciales. Además, asimilarás las técnicas comunicativas más efectivas para persuadir a los consumidores.

Este programa académico posee una metodología 100% online, aspecto que te posibilitará un aprendizaje a tu medida mediante la gestión de tu propio tiempo de estudio. De igual modo, dispondrás de materiales didácticos elaborados expresamente por profesionales en el mundo de la Comunicación Social. Por esto, las destrezas que asimilarás serán completamente aplicables en tu propia vida laboral.



Con esta capacitación académica, asimilarás las principales técnicas y estrategias que favorecen la persuasión de los consumidores ante un determinado producto o servicio”

02

Requisitos de acceso

Esta titulación no exige ningún requisito de acceso previo al alumno. Esto quiere decir que, para inscribirse y completar el programa, no es necesario haber realizado ningún estudio de forma previa, ni resulta obligatorio cumplir ninguna otra clase de criterio preliminar. Esto te permitirá matricularte y comenzar a aprender de forma inmediata, y sin los complejos trámites exigidos por otras instituciones académicas.

Gracias a este acceso inmediato conseguirás potenciar y poner al día tus conocimientos de un modo cómodo y práctico. Lo que te posicionará fácilmente en un mercado laboral altamente demandado y sin tener que dedicar cientos de horas a estudiar formación reglada previa.

Por todo ello, este programa se presenta como una gran oportunidad para mejorar tus perspectivas de crecimiento profesional de forma rápida y eficiente. Todo esto, a través de un itinerario académico 100% online y con la garantía de calidad, prestigio y empleabilidad de TECH Formación Profesional.

“

TECH te garantiza el acceso inmediato a esta titulación, sin requerimientos previos de ingreso ni densas tramitaciones para matricularte y completar el programa”



Las ventajas de cursar este programa sin necesidad de cumplir requisitos de acceso previo son:

01

Podrás matricularte inmediatamente y comenzar a estudiar cuando quieras. A tu ritmo y sin esperas

02

Tendrás acceso a un programa de alto valor curricular, donde podrás adquirir las habilidades profesionales más demandadas en la actualidad de un modo práctico

03

Mejorarás tus perspectivas laborales en tan solo unas semanas

04

Tendrás acceso a los recursos didácticos multimedia más avanzados del mercado educativo

05

Te prepararás para responder a las necesidades actuales del mercado profesional aprendiendo mediante un formato 100% online

06

Obtendrás una titulación de TECH, una institución académica de referencia a nivel internacional



03

Salidas profesionales

En plena era de la tecnología y las redes sociales, la comunicación es una herramienta indispensable en el ámbito empresarial. Gracias a ella, las compañías obtienen la capacidad de atraer al público mediante la creación de mensajes persuasivos. Por ello, reclaman profesionales con un elevado dominio comunicativo para generar emociones de los consumidores. Por estos motivos, TECH ha creado esta Especialización Profesional, con la intención de favorecer tu acceso a este sector en constante evolución.

“

Matricúlate ahora en esta capacitación para potenciar tus probabilidades de acceder al área de comunicación o relaciones públicas en prestigiosas empresas”



Esta titulación, en definitiva, te convertirá en un gran especialista preparado para trabajar en alguno de los siguientes puestos:

- ♦ Auxiliar administrativo
- ♦ Asistente de dirección
- ♦ Administrativo comercial
- ♦ Responsable de atención al cliente
- ♦ Técnico de Marketing
- ♦ Técnico en Publicidad
- ♦ Auxiliar de medios en empresas de publicidad
- ♦ Técnico en estudios de mercado y opinión pública
- ♦ Asistente en departamentos de Recursos Humanos
- ♦ Recepcionista



04

¿Qué seré capaz de hacer al finalizar la Especialización Profesional?

Una vez hayas finalizado esta Especialización Profesional, estarás capacitado para realizar labores comunicativas de una forma efectiva. De este modo, manejarás el rol que desempeñan las emociones en la comunicación para atraer la atención del cliente y alcanzar los objetivos comunicativos propuestos inicialmente.

01

Realizar análisis críticos de la realidad social a partir de su lectura sociológica

02

Identificar los perfiles profesionales del publicitario y del profesional de las relaciones públicas, así como las principales habilidades que se le exigen en el desempeño de su ejercicio profesional

03

Dominar los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios y de otras formas de comunicación, así como los productos discursivos que se enmarcan en las diferentes tipologías textuales

04

Manejar los principios fundamentales de la creatividad humana y su aplicación en las manifestaciones propias de la comunicación persuasiva





05

Aplicar los procesos creativos al ámbito de la comunicación, en especial al ámbito de la publicidad y las relaciones públicas

06

Implementar los sistemas de análisis de campañas de publicidad y de relaciones públicas

07

Describir la estructura de las agencias de publicidad

08

Delimitar cada una de las funciones para la gestión de la empresa de publicidad y de relaciones públicas, resaltando sus principales aplicaciones

05

Plan de formación

Este programa académico dispone de 3 módulos con los que ahondarás en las técnicas más eficientes de Comunicación Social, haciendo especial hincapié en los aspectos psicológicos de la recepción de mensajes. Los materiales didácticos a los que accederás están presentes en soportes como el vídeo explicativo o los test evaluativos, con la intención de posibilitar un aprendizaje completamente adaptado a tus necesidades estudiantiles.

“

Este programa dispone de una metodología 100% online que te permitirá adecuar tu tiempo de estudio para alcanzar un aprendizaje efectivo”



Módulo 1. Sociología general

- 1.1. La perspectiva sociológica
 - 1.1.1. La Sociología como ciencia
 - 1.1.2. Los orígenes de la Sociología: los primeros sociólogos
- 1.2. Acción, estructura y cambio social
 - 1.2.1. La acción social
 - 1.2.2. La estructura social
 - 1.2.3. El cambio social
- 1.3. Persona, cultura y sociedad
 - 1.3.1. Bases normativas de la acción social
 - 1.3.2. Bases ideales y simbólicas de la acción social
 - 1.3.3. La cultura: componente esencial de la sociedad
 - 1.3.4. La diversidad cultural
 - 1.3.5. Etnocentrismo y relatividad cultural
- 1.4. El proceso de socialización
 - 1.4.1. La socialización
 - 1.4.2. El proceso de socialización
 - 1.4.3. Mecanismos de socialización
 - 1.4.4. Fases del proceso de socialización
 - 1.4.5. Agentes tradicionales de socialización
 - 1.4.6. Nuevos agentes de socialización en la sociedad global
- 1.5. Adaptación y desviación social
 - 1.5.1. Adaptación y conformidad social
 - 1.5.2. La desviación social
 - 1.5.3. Principales teorías de la desviación
- 1.6. Desigualdad, estratificación y exclusión social
 - 1.6.1. La desigualdad social
 - 1.6.2. Desigualdad y estratificación social
 - 1.6.3. Teorías sobre la desigualdad y estratificación social
 - 1.6.4. La exclusión social
- 1.7. Familia y relaciones de pareja
 - 1.7.1. Conceptos básicos para el análisis de la familia
 - 1.7.2. La evolución histórica de la institución familiar
 - 1.7.3. Perspectivas teóricas sobre la familia
 - 1.7.4. La violencia en la familia
 - 1.7.5. El cambio familiar en España
- 1.8. Sociedad y Política
 - 1.8.1. Sociedad y política: una relación multidimensional
 - 1.8.2. Política, Estado, poder y autoridad
 - 1.8.3. Regímenes políticos
 - 1.8.4. Los actores políticos
- 1.9. Medios de Comunicación Social
 - 1.9.1. La importancia social de los medios de comunicación
 - 1.9.2. Etapas culturales en la evolución de los medios de comunicación
 - 1.9.3. Teorías sobre los medios de comunicación
 - 1.9.4. Dimensiones principales del análisis mediático
 - 1.9.5. Contenido, audiencia y globalización de los medios
- 1.10. La globalización
 - 1.10.1. ¿Qué es la globalización?
 - 1.10.2. El debate alrededor de la globalización
 - 1.10.3. La aceleración del proceso de globalización: principales causas
 - 1.10.4. Algunas consecuencias de la globalización

Módulo 2. Teoría de la comunicación social

- 2.1. El arte de comunicar
 - 2.1.1. Introducción: el estudio de la comunicación como ciencia social
 - 2.1.2. El conocimiento
 - 2.1.2.1. Las fuentes del conocimiento
 - 2.1.3. Los métodos científicos
 - 2.1.3.1. El método deductivo
 - 2.1.3.2. El método inductivo
 - 2.1.3.3. El método hipotético - deductivo
 - 2.1.4. Conceptos comunes en la investigación científica
 - 2.1.4.1. Variables dependientes e independientes
 - 2.1.4.2. Hipótesis
 - 2.1.4.3. La operacionalización
 - 2.1.4.4. La ley o teoría de cobertura
- 2.2. Elementos de la comunicación
 - 2.2.1. Introducción
 - 2.2.2. Elementos de la comunicación
 - 2.2.3. La investigación empírica
 - 2.2.3.1. Investigación básica versus investigación aplicada
 - 2.2.3.2. Los paradigmas de investigación
 - 2.2.3.3. Los valores en la investigación
 - 2.2.3.4. La unidad de análisis
 - 2.2.3.5. Estudios transversales y longitudinales
 - 2.2.4. Definir la comunicación
- 2.3. Trayectorias de la investigación en comunicación social
 - 2.3.1. Introducción. La comunicación en el mundo antiguo
 - 2.3.2. Teóricos de la comunicación
 - 2.3.2.1. Grecia
 - 2.3.2.2. Los sofistas, primeros teóricos de la comunicación
 - 2.3.2.3. La retórica aristotélica
 - 2.3.2.4. Cicerón y los cánones de la retórica
 - 2.3.2.5. Quintiliano: la institución oratoria
 - 2.3.3. El periodo moderno: la teoría de la argumentación
 - 2.3.3.1. El humanismo antirretorista
 - 2.3.3.2. La comunicación en el Barroco
 - 2.3.3.3. De la Ilustración a la sociedad de masas
 - 2.3.4. El siglo XX: la retórica de los *mass media*
 - 2.3.4.1. La comunicación mediática
- 2.4. La conducta comunicativa
 - 2.4.1. Introducción: el proceso comunicativo
 - 2.4.2. La conducta comunicativa
 - 2.4.2.1. La etología animal y el estudio de la comunicación humana
 - 2.4.2.2. Los antecedentes biológicos de la comunicación
 - 2.4.2.3. La comunicación intrapersonal
 - 2.4.2.4. Los patrones de conducta comunicativa
 - 2.4.3. El estudio de la conducta comunicativa no verbal
 - 2.4.3.1. El movimiento del cuerpo como pauta de acción comunicativa
 - 2.4.3.2. El contenido latente de la comunicación no verbal: Engaño en los movimientos corporales

- 2.5. La transacción comunicativa
 - 2.5.1. Introducción: la transacción comunicativa
 - 2.5.2. El análisis transaccional
 - 2.5.2.1. El yo-niño
 - 2.5.2.2. El yo-padre
 - 2.5.2.3. El yo-adulto
 - 2.5.3. Clasificación de las transacciones
- 2.6. Identidad, autoconcepto y comunicación
 - 2.6.1. Introducción
 - 2.6.2. Identidad, autoconcepto y comunicación
 - 2.6.2.1. Micropolítica transaccional y autoconcepto: la interacción como negociación de identidades
 - 2.6.2.2. La estrategia de las emociones negativas
 - 2.6.2.3. La estrategia de las emociones positivas
 - 2.6.2.4. La estrategia de inducción de emociones en los otros
 - 2.6.2.5. La estrategia de compromiso mutuo
 - 2.6.2.6. La estrategia de la lástima o la comprensión
 - 2.6.3. La presentación de uno mismo en los rituales cotidianos
 - 2.6.3.1. El interaccionismo simbólico
 - 2.6.4. El constructivismo
 - 2.6.5. El autoconcepto motivado para interactuar
 - 2.6.5.1. La teoría de la acción razonada
 - 2.6.6. Pragmática conversacional
- 2.7. La comunicación en grupos y organizaciones
 - 2.7.1. Introducción: el proceso comunicativo
 - 2.7.2. La conducta comunicativa
 - 2.7.2.1. La etología animal y el estudio de la comunicación humana
 - 2.7.2.2. Los antecedentes biológicos de la comunicación
 - 2.7.2.3. La comunicación intrapersonal
 - 2.7.2.4. Los patrones de conducta comunicativa
 - 2.7.3. El estudio de la conducta comunicativa no verbal
 - 2.7.3.1. El movimiento del cuerpo como pauta de acción comunicativa
 - 2.7.3.2. El contenido latente de la comunicación no verbal: Engaño en los movimientos corporales
- 2.8. Comunicación mediática I
 - 2.8.1. Introducción
 - 2.8.2. La comunicación mediática
 - 2.8.3. Características de los medios y de sus mensajes
 - 2.8.3.1. Los medios de comunicación de masas
 - 2.8.3.2. Las funciones de los medios
 - 2.8.4. Los efectos poderosos de los medios de masas
 - 2.8.4.1. Los medios nos dicen qué debemos pensar y qué no debemos pensar
- 2.9. Comunicación mediática II
 - 2.9.1. Introducción
 - 2.9.2. La teoría hipodérmica
 - 2.9.3. Los efectos limitados de los medios de comunicación
 - 2.9.4. Los usos y gratificaciones de la comunicación de masas
 - 2.9.4.1. Teoría de usos y gratificaciones
 - 2.9.4.2. Orígenes y principios
 - 2.9.4.3. Objetivos de la teoría de usos y gratificaciones
 - 2.9.4.4. Teoría de la expectativa

- 2.10. Comunicación mediática III
 - 2.10.1. Introducción
 - 2.10.2. La comunicación computarizada y la realidad virtual
 - 2.10.2.1. La comunicación mediante ordenadores: el problema de su integración teórica
 - 2.10.2.2. Definiciones de la comunicación computarizada
 - 2.10.3. Evolución de la teoría de los usos y gratificaciones
 - 2.10.3.1. Refuerzos de la teoría de la dependencia mediática
 - 2.10.4. La realidad virtual como objeto de estudio emergente
 - 2.10.4.1. La inmersión psicológica del usuario
 - 2.10.5. La telepresencia

Módulo 3. Introducción a la psicología de la comunicación

- 3.1. Historia de la psicología
 - 3.1.1. Introducción
 - 3.1.2. Comenzamos con el estudio de la psicología
 - 3.1.3. La ciencia en evolución. Cambios históricos y paradigmáticos
 - 3.1.4. Paradigmas y etapas en la psicología
 - 3.1.5. La ciencia cognitiva
- 3.2. Psicología social
 - 3.2.1. Introducción
 - 3.2.2. Comenzando con el estudio de la psicología social: la influencia
 - 3.2.3. Empatía, altruismo y conducta de ayuda
- 3.3. Cognición social
 - 3.3.1. Introducción
 - 3.3.2. Pensar y conocer, necesidades vitales
 - 3.3.3. La cognición social
 - 3.3.4. Organizando la información

- 3.3.5. El pensamiento: prototípico o categorial
- 3.3.6. Los errores que cometemos al pensar: los sesgos inferenciales
- 3.3.7. El procesamiento automático de la información
- 3.4. Psicología de la personalidad
 - 3.4.1. Introducción
 - 3.4.2. ¿Qué es el yo? Identidad y personalidad
 - 3.4.3. La autoconciencia
 - 3.4.4. La autoestima
 - 3.4.5. El autoconocimiento
 - 3.4.6. Variables interpersonales en la configuración de la personalidad
 - 3.4.7. Variables macrosociales en la configuración de la personalidad
 - 3.4.8. Una nueva perspectiva en el estudio de la personalidad. La personalidad narrativa
- 3.5. Las emociones
 - 3.5.1. Introducción
 - 3.5.2. ¿De qué hablamos cuando nos emocionamos?
 - 3.5.3. La naturaleza de las emociones
 - 3.5.3.1. La emoción como preparación para la acción
 - 3.5.4. Emociones y personalidad
 - 3.5.5. Desde otra perspectiva. Las emociones sociales
- 3.6. Psicología de la comunicación. Persuasión y cambio de actitudes
 - 3.6.1. Introducción
 - 3.6.2. Las actitudes
 - 3.6.3. Modelos históricos en el estudio de la comunicación persuasiva
 - 3.6.4. El modelo de probabilidad de elaboración
 - 3.6.5. Los procesos de comunicación a través de los medios
 - 3.6.5.1. Una perspectiva histórica

- 3.7. El emisor
 - 3.7.1. Introducción
 - 3.7.2. La fuente de la comunicación persuasiva
 - 3.7.3. Características de la fuente. La credibilidad
 - 3.7.4. Características de la fuente. El atractivo
 - 3.7.5. Características del emisor. El poder
 - 3.7.6. Procesos en la comunicación persuasiva. Mecanismos basados en la cognición primaria
 - 3.7.7. Nuevos procesos en la comunicación. Mecanismos basados en la cognición secundaria
- 3.8. El mensaje
 - 3.8.1. Introducción
 - 3.8.2. Comenzamos estudiando la composición del mensaje
 - 3.8.3. Tipos de mensajes: mensajes racionales frente a mensajes emocionales
 - 3.8.4. Mensajes emocionales y comunicación: mensajes inductores de miedo
- 3.9. El receptor
 - 3.9.1. Introducción
 - 3.9.2. El papel del receptor según el modelo de probabilidad de elaboración
 - 3.9.3. Necesidades y motivos del receptor: su incidencia para el cambio de actitudes
 - 3.9.4. Necesidad de estima y comunicación
- 3.10. Nuevas aproximaciones al estudio de la comunicación
 - 3.10.1. Introducción
 - 3.10.2. El procesamiento no consciente de la información. Los procesos automáticos
 - 3.10.3. La medición de los procesos automáticos en la comunicación
 - 3.10.4. Primeros pasos en los nuevos paradigmas
 - 3.10.5. Las teorías de sistemas de procesamiento duales
 - 3.10.5.1. Principales limitaciones de las teorías de sistemas duales



Este programa académico te otorgará acceso a numerosos materiales didácticos presentes en soportes tales como el resumen interactivo, el vídeo explicativo o los test evaluativos”

06

Metodología

Nuestra institución es la primera en el mundo que combina la metodología de los *case studies* con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina elementos didácticos diferentes en cada lección.

Potenciamos los case studies con el mejor método de enseñanza 100% online: el *Relearning*.

TECH pone a tu disposición un método de aprendizaje que ha revolucionado la Formación Profesional y con el que mejorarás tus perspectivas de futuro de forma inmediata.

En TECH aprenderás con una metodología vanguardista concebida para capacitar a los profesionales del futuro. Este método, a la vanguardia pedagógica mundial, se denomina *Relearning*.

Nuestra institución es la única en habla hispana licenciada para emplear este exitoso método. En 2019 conseguimos mejorar los niveles de satisfacción global de nuestros alumnos (calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso, objetivos...) con respecto a los indicadores del mejor centro educativo online en español.



Esta titulación de TECH es un programa intensivo que te prepara para afrontar todos los retos en esta área, tanto en el ámbito nacional como internacional. Tenemos el compromiso de favorecer tu crecimiento personal y profesional, la mejor forma de caminar hacia el éxito, por eso en TECH utilizarás los *case studies*, la metodología de enseñanza más avanzada y eficaz del mercado educativo.

“ *Nuestro programa te proporciona las mejores habilidades profesionales, preparándote para afrontar todos los retos actuales y futuros en esta área* ”

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo desde que éstas existen. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, el método del caso consistió en presentarles situaciones complejas reales para que tomaran decisiones y emitieran juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas.

Ante una determinada situación, ¿qué harías tú? Esta es la pregunta a la que te enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del curso, te enfrentarás a múltiples casos reales. Deberás integrar todos tus conocimientos, investigar, argumentar y defender tus ideas y decisiones.



En este programa tendrás acceso a los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para ti:



Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.



Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos.

El denominado *Learning from an expert* afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.



Prácticas de habilidades y competencias

Realizarás actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales... En nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.





Case Studies

Completarás una selección de los mejores *case studies* de la materia. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



Resúmenes interactivos

Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Testing & Retesting

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del programa. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.



07

Titulación

La Especialización Profesional en Comunicación Social garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Especialización Profesional expedido por TECH.

Tras la superación de las evaluaciones, el alumno recibirá por correo postal con acuse de recibo su correspondiente Título de Especialización Profesional emitido por TECH.

El título expedido por TECH expresará la calificación que haya obtenido en la Especialización Profesional, y reunirá los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores carreras profesionales.

Título: **Especialización Profesional en Comunicación Social**

Modalidad: **Online**

Horas: **450**



salud futuro
confianza personas
educación información tutores
garantía acreditación enseñanza
instituciones tecnología aprendizaje
comunidad compromiso
atención personalizada innovación
conocimiento presente
desarrollo web formación
aula virtual idioma instituciones



Especialización Profesional Comunicación Social

Modalidad: Online

Titulación: TECH Formación Profesional

Duración: 6 meses

Horas: 450

Especialización Profesional Comunicación Social

