

Especialización Profesional

Nuevos Canales de Comunicación en Moda, Belleza y Lujo





Especialización Profesional

Nuevos Canales de Comunicación en Moda, Belleza y Lujo

Modalidad: Online

Titulación: TECH Formación Profesional

Duración: 6 meses

Horas: 450

Acceso web: www.tech-fp.com/administracion-gestion/especializacion-profesional/nuevos-canales-comunicacion-moda-belleza-lujo

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

Dirección del curso

pág. 12

06

Plan de formación

pág. 16

07

Metodología

pág. 20

08

Titulación

pág. 24

01

Presentación

Con el surgimiento de las nuevas tecnologías, los canales de comunicación en Moda y Belleza han experimentado una completa modificación. Por esta razón, los tradicionales medios en papel se han visto sustituidos por las redes sociales y otras plataformas audiovisuales. Debido a ello, las empresas de estos sectores están obligadas a adaptarse a estos cambios para atraer a nuevos clientes. Ante esta situación, precisan profesionales con una elevada capacitación al respecto. Esta titulación de TECH impulsará tus habilidades al respecto mediante la asimilación de destrezas comunicativas en RRSS y YouTube. Durante 3 módulos, dominarás las estrategias de divulgación más efectivas para Instagram o gestionarás contenidos multimedia originales. Gracias a su metodología 100% online, alcanzarás un aprendizaje a tu medida en cualquier momento y lugar.

“

Con esta titulación 100% online de TECH, dominarás las técnicas de comunicación en Moda y Belleza más efectivas a través de redes sociales como Instagram o TikTok”





Numerosos *influencers* dedicados a la belleza personal disponen de millones de seguidores en redes sociales como Instagram o TikTok. De igual forma sucede en YouTube, plataforma en la que especialistas en moda almacenan miles de visitas y de suscriptores. Estos hechos manifiestan que los canales de comunicación digitales poseen un enorme potencial. Por ello, las empresas de Moda y Lujo están obligadas a dominar estas novedosas tecnologías y contar con profesionales en esta materia.

Ante esta circunstancia, TECH ha impulsado la Especialización Profesional en Nuevos Canales de Comunicación en Moda, Belleza y Lujo, con el objetivo de favorecer tu acceso a estas oportunidades laborales. A lo largo de 3 módulos de aprendizaje, identificarás las herramientas de persuasión que ofrecen las plataformas digitales o dominarás la elección de los canales más adecuados para impactar en el cliente. Además, ahondarás en las claves para una planificación estratégica de la comunicación persuasiva de este sector.

Este programa académico posee una metodología 100% online para permitirte la compatibilización de tu vida personal con el aprendizaje. De igual forma, dispondrás de materiales didácticos en formatos como el resumen interactivo o el vídeo. Gracias a ello, obtendrás una enseñanza adaptada por completo a tus necesidades personales y académicas.

“

La Especialización Profesional en Nuevos Canales de Comunicación en Moda, Belleza y Lujo te capacitará para participar de modo activo en la planificación estratégica de mensajes para esta industria”

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 permite acceso inmediato a esta titulación, sin requerimientos previos de ingreso ni complejos trámites 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

El auge de las redes sociales ha propiciado un enorme cambio en el paradigma comunicativo de la moda y la belleza. En este sentido, los expertos en estos campos generan numerosos beneficios económicos a través de YouTube, Instagram o TikTok. Por ello, las empresas de estos sectores requieren profesionales en el entorno digital para adaptarse a estos modelos de negocio. Ante las oportunidades laborales que se presentan, TECH ha creado este programa académico, que te dotará de las habilidades necesarias para acceder a este sector.

“

Al cursar esta titulación, obtendrás las habilidades para acceder a un cargo laboral como asistente o auxiliar técnico de comunicación de prestigiosas empresas de Moda”



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

- ♦ Asistente de Dirección de Empresas de Moda
- ♦ Técnico Auxiliar de Gestión de Redes Sociales
- ♦ Técnico Auxiliar de Marketing para Empresas de Moda, Belleza y Lujo
- ♦ Auxiliar Administrativo de Relaciones Públicas en Agencias de Comunicación
- ♦ Auxiliar Administrativo de *E-commerce* en Empresas de Moda
- ♦ Coordinador Auxiliar de Relaciones con Medios de Prensa e *Influencers*



04

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

Tras la finalización de esta Especialización Profesional, estarás capacitado para dominar las estrategias comunicativas más eficientes a través de los nuevos canales de difusión de la Moda, Belleza y Lujo. De igual modo, identificarás las métricas más adecuadas para analizar el impacto de tu actividad en internet y las redes sociales.

01

Elaborar y presentar un panel de situación específico del sector de la Moda, así como un informe de evolución que identifique las líneas de comunicación

02

Comprender la comunicación estratégica y aplicarla con responsabilidad ética y profesional

03

Intervenir de manera proactiva en la creación de un evento, así como una experiencia de usuario única, ya sea en el entorno físico o digital

04

Identificar las dinámicas de la prensa especializada en las áreas de Moda y Belleza





05

Ofrecer una comunicación directa, personal y adecuada, capaz de cumplir con los objetivos específicos de cada red social

06

Implementar influencias específicas desde los nuevos canales de comunicación en el entorno digital

07

Replicar un ejercicio de influencia digital desde el propio canal de redes sociales

08

Identificar el auge del canal audiovisual como medio líder entre la opinión pública

05

Dirección del curso

Gracias a la apuesta de TECH por preservar la excelencia académica en sus programas, esta titulación posee un cuadro docente constituido por especialistas en activo. Estos especialistas son grandes expertos en el dominio de la Comunicación ámbitos como la Moda, la Belleza y el Lujo. Además, los miembros del claustro han sido los propios encargados de elaborar los contenidos didácticos a los que accederás a lo largo de esta Especialización Profesional. Por esto, los conocimientos que te ofrecerán serán completamente aplicables en tus experiencias laborales.

“

Los especialistas que imparten esta titulación de TECH, ejercen activamente en la Comunicación en Moda, Belleza y Lujo en el mundo digital para ofrecerte los contenidos más actualizados en esta materia”



Dirección del curso

Dña. García Barriga, María

- ♦ Doctora en Diseño y Datos de Marketing
- ♦ Comunicadora en RTVE
- ♦ Comunicadora en Telemadrid
- ♦ Docente Universitaria
- ♦ Autora de El patrón de la eternidad: creación de una identidad en espiral para la automatización de tendencias de moda
- ♦ Comunicación, Marketing y Campañas Sociales. Patrimonio de las Artes-Marketing Digital
- ♦ Editor en jefe. Chroma Press
- ♦ Ejecutivo de Cuentas de Marketing y Redes Sociales. Servicecom
- ♦ Redactor de contenidos web. Premium Difusión, Diario Siglo XXI y Magazine Of Managers
- ♦ Doctorado, Diseño y Datos de Marketing. Universidad Politécnica de Madrid
- ♦ Licenciado en Ciencias de la Información, Comunicaciones, Marketing y Publicidad. Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Posgrado en Marketing y Comunicación en empresas de Moda y Lujo. Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Certificada en Data Analysis & Creativity con Python en China
- ♦ MBA Fashion Business School, la Escuela de Negocios de Moda de la Universidad de Navarra

Cuadro docente

Dña. Muñiz, Eva

- ♦ CEO - Directora de la Agencia de Comunicación Press&Co
- ♦ Responsable de Cuentas y Showroom en la Agencia de Prensa Ana Nebot, especializada en Moda
- ♦ Ejecutiva de Cuentas Senior, en el Área de Belleza y Consumo de la Consultora ACH&Asociados, donde formó parte del equipo Premio ADECEC
- ♦ Periodista lifestyle en www.hola.com de la revista ¡HOLA!
- ♦ Doctorado en Investigación y Análisis de Comunicación Colectiva por la Universidad CEU San Pablo
- ♦ Doctorado en Comunicación y Relaciones Públicas por la Universidad CEU San Pablo
- ♦ Licenciada en Periodismo por la Universidad San Pablo CEU de Madrid con Premio Extraordinario Fin de Carrera
- ♦ Postgrado en Ciencias Económicas sobre Estrategia de Comunicación e Imagen Empresarial
- ♦ Especializada en Moda y Belleza con Expertise en el Nicho del Lujo y el Universo Infantil





Dña. Cayuela Maldonado, María José

- ◆ Directora de Contenido y Comunicación en Prensa Ibérica
- ◆ Jefe de Contenidos en The Blogs Family
- ◆ Periodista colaboradora de Onda Cero
- ◆ Directora de Comunicación para The Net Street, Comunicas y Grupo BPMO
- ◆ Directora de Comunicación y Gestora de Redes Sociales en Boutique Secret y DcorporateCom
- ◆ Coordinadora Editorial en BPMO Edigrup, La Vanguardia-Grupo Godó y Televisión de Cataluña
- ◆ Máster en Dirección Estratégica de Marca y Comunicación de ESADE
- ◆ Máster en Dirección de Marketing Digital por ESADE y Learning to Grow por IESE
- ◆ Máster en Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional por la Universidad Autónoma de Barcelona
- ◆ Licenciada en Periodismo por la Universidad Autónoma de Barcelona

“

Este cuadro docente te transmitirá las últimas novedades en esta disciplina para que te conviertas en un profesional altamente solicitado en este sector”

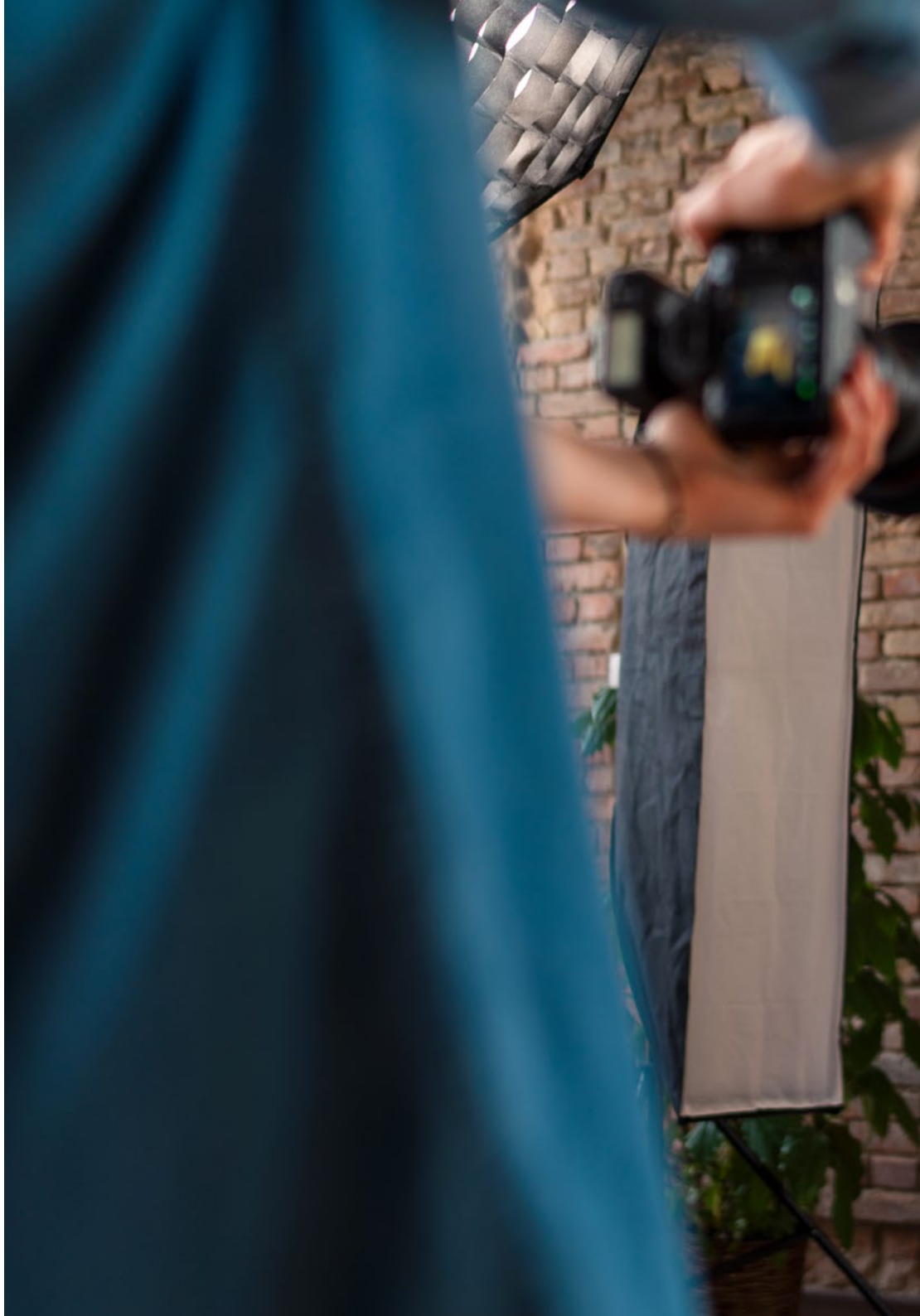
06

Plan de formación

El temario de esta Especialización Profesional está conformado por 3 módulos mediante los que asimilarás los entresijos de los nuevos canales de comunicación para los sectores de la moda, la belleza y el lujo. Asimismo, accederás a materiales didácticos disponibles en diversos soportes textuales e interactivos, con el objetivo de favorecer un aprendizaje individualizado, ameno y adaptado a tus requerimientos personales.

“

La Especialización Profesional en Nuevos Canales de Comunicación en Moda, Belleza y Lujo dispone de una modalidad completamente online que te permitirá alcanzar un aprendizaje resolutivo desde tu hogar”





Módulo 1. Métricas para el análisis de la comunicación

- 1.1. El análisis de la comunicación y la gestión de intangibles
 - 1.1.1. La evolución de la comunicación: de las masas a la globalización
 - 1.1.2. Concepto y contexto de activos intangibles
 - 1.1.3. La medición de la marca, la identidad y la cultura empresarial
 - 1.1.4. Los indicadores específicos: más allá de la referencia
 - 1.1.5. ¿De qué está hecha la moda?
 - 1.1.6. Indicadores específicos del entorno de la moda
 - 1.1.7. El objetivo de la medición y la elección del método
- 1.2. Detección de errores de medición
 - 1.2.1. El análisis de errores: la inferencia y el método contrastivo
 - 1.2.2. Tipología de errores y su gravedad en la comunicación de moda
 - 1.2.3. La planificación y el presupuesto en las acciones comunicativas
- 1.3. Métricas tradicionales para el análisis de la comunicación
 - 1.3.1. Principios estadísticos y la estructura de los datos
 - 1.3.2. Metodología de la investigación cualitativa
 - 1.3.3. Tipología de métricas tradicionales: estructura y función
- 1.4. Métricas digitales: *Google Analytics*
 - 1.4.1. El posicionamiento web en las marcas de moda
 - 1.4.2. ¿Qué estamos midiendo en el entorno digital?
 - 1.4.3. Tipología de métricas digitales: estructura y función
- 1.5. Creación y adaptación del producto comunicativo
 - 1.5.1. El valor del producto comunicativo en la industria de la moda
 - 1.5.2. La interpretación de los datos y la efectividad de las soluciones
 - 1.5.3. Las percepciones individuales ocultas en la psicología del consumidor de moda
- 1.6. Impacto de la medición en la toma de decisiones
 - 1.6.1. Preguntas adecuadas y planteamiento de hipótesis
 - 1.6.2. *Benchmark* y el entorno competitivo
 - 1.6.3. La gestión del cambio, la confianza y la medición del éxito en una marca de moda

- 1.7. Las predicciones y la métrica como estrategia a largo plazo
 - 1.7.1. El patrón de comportamiento de la marca
 - 1.7.2. El mapa de frecuencias y el análisis de la evolución de moda
 - 1.7.3. Simulación de escenarios de innovación
- 1.8. El informe analítico y su presentación
 - 1.8.1. Objetivo del informe: el patrón de comportamiento de la marca
 - 1.8.2. Componentes del informe analítico de la comunicación de moda
 - 1.8.3. Visualización de datos
 - 1.8.4. Evaluación exprés para situaciones de crisis
 - 1.8.5. Las variables decisivas
 - 1.8.6. El impacto a corto plazo y la reformulación de la estrategia
 - 1.8.7. Los intocables: la escala de prioridades de una marca de moda

Módulo 2. La prensa especializada y las relaciones públicas

- 2.1. La comunicación en la prensa especializada
 - 2.1.1. Los medios de comunicación especializados en moda y belleza, la prensa femenina
 - 2.1.2. El papel de la agencia de comunicación en la comunicación
 - 2.1.3. El valor actual de la prensa offline
- 2.2. Evolución de los modelos de la comunicación en las RRPP
 - 2.2.1. Concepto de las Relaciones Públicas
 - 2.2.2. Aproximación teórica a los modelos clásicos de RRPP (Grunig y Hunt)
 - 2.2.3. Hacia un nuevo planteamiento de las RRPP, el 5º modelo
- 2.3. La comunicación persuasiva en las RRPP
 - 2.3.1. Componente persuasivo e informativo de las RRPP
 - 2.3.2. Diferenciación entre las relaciones públicas y la actividad periodística
 - 2.3.3. La función de las RRPP frente a la función del marketing y la publicidad

- 2.4. Herramientas para la comunicación con la prensa
 - 2.4.1. El gabinete de prensa y su funcionamiento
 - 2.4.2. Los materiales de prensa útiles
 - 2.4.3. Cómo construir una nota de prensa eficaz
- 2.5. Planificación y estrategia de comunicación en Moda y Belleza
 - 2.5.1. Estudio previo: análisis del briefing
 - 2.5.2. El método RACE
 - 2.5.3. El plan de comunicación
- 2.6. Acciones de comunicación y eventos para la Moda y Belleza
 - 2.6.1. Tipos de comunicación al servicio de las marcas
 - 2.6.2. Criterios para seleccionar las acciones de comunicación
 - 2.6.3. Diseño de actividades y agenda *setting* en belleza y moda
- 2.7. La medición de resultados
 - 2.7.1. La necesidad de monitorización de las relaciones públicas
 - 2.7.2. Herramientas clásicas de medición cuantitativa: *clipping* y V.P.E
 - 2.7.3. La importancia de la valoración cualitativa
- 2.8. Errores a evitar en la comunicación y el ámbito de las RRPP
 - 2.8.1. Restar importancia de los Medios
 - 2.8.2. Exceso de contenido y falta de relevancia
 - 2.8.3. Improvisación vs planificación
- 2.9. Ética y perspectiva psicosocial
 - 2.9.1. Las relaciones públicas en el siglo XXI: entre el progreso y el bienestar social
 - 2.9.2. Responsabilidad social y relaciones públicas
 - 2.9.3. La ética de las RRPP: autoconciencia, independencia y compromiso
- 2.10. Últimas tendencias y estudios en las relaciones públicas
 - 2.10.1. Las nuevas RRPP, más "sociales" que nunca
 - 2.10.2. Comunicación emocional y neuromarketing
 - 2.10.3. *Insights* clave de los consumidores actuales

Módulo 3. Nuevos canales de comunicación: Redes Sociales & YouTube

- 3.1. La influencia y otras estrategias de poder en los nuevos canales digitales
 - 3.1.1. Las estrategias de poder vinculadas a la comunicación de moda
 - 3.1.2. Ejercer la influencia en el ámbito de las redes sociales
 - 3.1.3. La gestión de los nuevos líderes digitales: *influencers* de moda
- 3.2. La elección del canal de comunicación: Teoría Forrester Research
 - 3.2.1. La nueva opinión pública: dirigir a las masas de uno en uno
 - 3.2.2. ¿Qué es la teoría Forrester?
 - 3.2.3. Aplicación de la teoría Forrester *Research* a la industria de la moda
- 3.3. El poder del lenguaje audiovisual y la comunicación no verbal
 - 3.3.1. La creciente cuota de mercado de la comunicación no verbal
 - 3.3.2. El impacto del mensaje audiovisual en la moda
 - 3.3.3. Composición del discurso fotográfico en las redes sociales
- 3.4. Evolución y funcionamiento de las redes sociales en la industria de la moda
 - 3.4.1. Etapas de surgimiento y evolución de Internet
 - 3.4.2. La estrategia multicanal dentro de las redes sociales de moda
 - 3.4.3. ¿Qué es una red social? Diferencias con los canales tradicionales
- 3.5. Facebook, la gran base de datos
 - 3.5.1. La comunicación transversal
 - 3.5.2. El interés de la comunidad
 - 3.5.3. Modelos de presencia en Facebook
- 3.6. Instagram, mucho más que fotos de moda
 - 3.6.1. Los mensajes emocionales y la gestión de la empatía
 - 3.6.2. La intimidad del día a día en imágenes
 - 3.6.3. Destacar en la red social más importante de la moda
- 3.7. El contenido profesional de LinkedIn
 - 3.7.1. La creación de la marca personal
 - 3.7.2. Los mensajes cognitivos en una marca de moda
 - 3.7.3. Gestión de las relaciones con la competencia
- 3.8. La politización de Twitter
 - 3.8.1. La comunicación impulsiva y omnidireccional
 - 3.8.2. El mensaje directo y la creación de contenidos en 20 caracteres
 - 3.8.3. El impacto de los titulares: de la profundidad a la ligereza
- 3.9. TikTok, más allá de la generación Z
 - 3.9.1. La revolución audiovisual y la aceleración de los cambios de look en un contexto *slow fashion*
 - 3.9.2. La democratización en la creación de contenidos audiovisuales
 - 3.9.3. La moda como hecho noticioso y noticiable
- 3.10. YouTube, como exponente del contenido audiovisual
 - 3.10.1. La gestión de las expectativas en la creación de contenidos audiovisuales
 - 3.10.2. Mapa de contenidos en YouTube sobre moda, belleza y lujo
 - 3.10.3. Nuevas tendencias en la opinión pública: los microinfluencers



Esta titulación te ofrece contenido didáctico en soportes tan diversos como el resumen interactivo, el vídeo explicativo o los test autoevaluativos”

07

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.



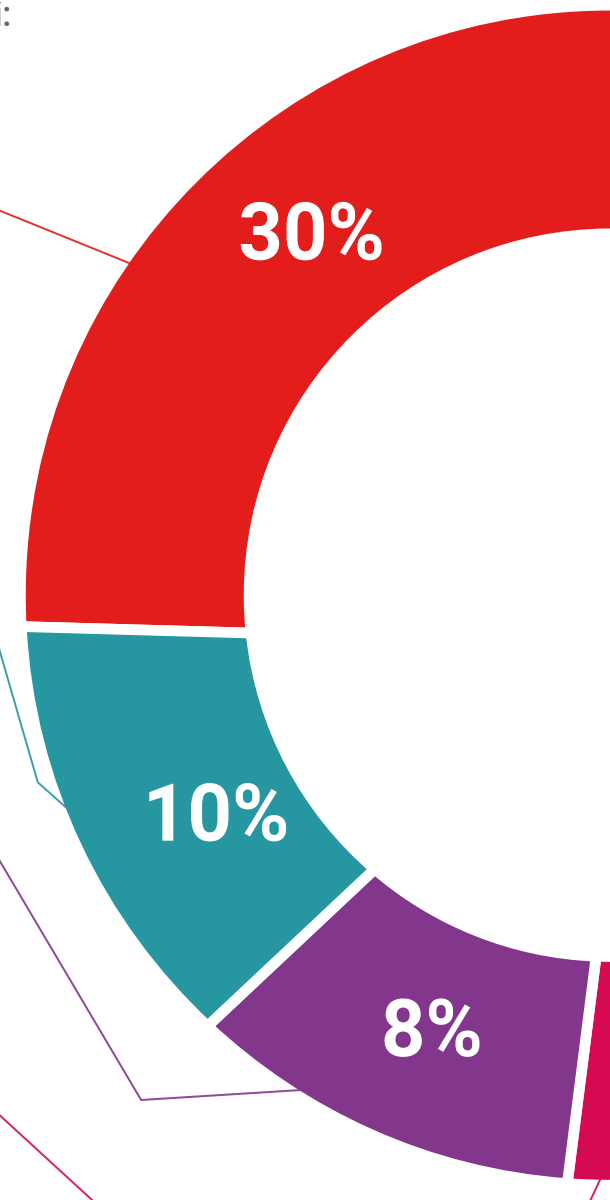
Prácticas de habilidades y competencias

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.



08

Titulación

La Especialización Profesional en Nuevos Canales de Comunicación en Moda, Belleza y Lujo 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 Nuevos Canales de Comunicación en Moda, Belleza y Lujo**

Modalidad: **Online**

Horas: **450**





Especialización Profesional
Nuevos Canales de
Comunicación en
Moda, Belleza y Lujo

Modalidad: Online

Titulación: TECH Formación Profesional

Duración: 6 meses

Horas: 450

Especialización Profesional

Nuevos Canales de Comunicación en Moda, Belleza y Lujo

