Experto Universitario
Publicidad Audiovisual



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Experto Universitario

Publicidad Audiovisual

Modalidad: **Online**

Duración: **6 meses**

Titulación: **TECH - Universidad Tecnológica**

Horas lectivas: **450 h.**

Acceso web: www.techtitute.com/periodismo-comunicacion/experto-universitario/experto-publicidad-audiovisual

Índice

01 Presentación — pág. 4

02 Objetivos — pág. 8

03 Estructura y contenido — pág. 12

04 Metodología — pág. 18

05 Titulación — pág. 26

01

Presentación

El Experto Universitario en Publicidad Audiovisual es una herramienta de alta capacitación para los profesionales del sector, que encontrarán en una sola capacitación, el crecimiento más completo en estas áreas de trabajo. A través de una formación de alta competencia podrás dar un paso sólido y solvente en este terreno, consiguiendo las habilidades personales y profesionales necesarias para ejercer como un experto en la materia. Un Experto completo y eficaz que te impulsara a más alto nivel de competencia.





Conviértete en uno de los profesionales más demandados del momento: fórmate como Experto Universitario en Publicidad Audiovisual con este completísimo Experto online”

Los objetivos de este experto se centran en saber aplicar la metodología científica propia de las teorías de la comunicación y saber analizar los procesos psicológicos básicos de la comunicación y del receptor de la publicidad. Repasaremos las bases para el dominio de los elementos básicos de la comunicación audiovisual. El decisivo papel de la imagen en el siglo XXI obliga a analizar la interrelación entre los elementos verbales e icónicos en el mensaje comunicativo.

El estudiante adquirirá las competencias necesarias para poder distinguir y apreciar los procedimientos empleados para la construcción de materiales fílmicos, televisivos, videográficos y multimedia.

Otro de los aspectos en los que se trabajará en la capacitación es la producción audiovisual publicitaria y el repaso a los cuatro agentes que intervienen directamente en las fases de contratación, ejecución y distribución del trabajo: el anunciante, la agencia, la productora audiovisual y los medios de difusión y distribución. La productora audiovisual se relaciona de forma directa con la agencia (que será la que contrate) y, de forma indirecta, con el anunciante. El material que realice la productora debe estar preparado y homologado para ser correctamente distribuido a través del medio de difusión elegido (salas de cine, televisión, internet, apps, etc). En esta capacitación veremos los procesos productivos (pre-producción, producción y post-producción) para la elaboración de piezas publicitarias.

Mediante la experiencia, conseguirás aprender cómo se desarrollan los conocimientos necesarios para avanzar en esta área de trabajo. Este aprendizaje, que necesita obligatoriamente de la experiencia, consigue en esta capacitación, conciliar teleaprendizaje y enseñanza práctica ofreciéndote una opción única para dar a tu cv el impulso que buscas.

Esta formación te ofrece las características de un curso de alto nivel científico, docente y tecnológico. Estas son algunas de sus características más destacadas:

- Última tecnología en software de enseñanza online.
- Sistema docente intensamente visual, apoyado en contenidos gráficos y esquemáticos de fácil asimilación y comprensión.
- Desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en activo.
- Sistemas de vídeo interactivo de última generación.
- Enseñanza apoyada en la telepráctica.
- Sistemas de actualización y reciclaje permanente.
- Aprendizaje autoregulable: total compatibilidad con otras ocupaciones.
- Ejercicios prácticos de autoevaluación y constatación de aprendizaje.
- Grupos de apoyo y sinergias educativas: preguntas al experto, foros de discusión y conocimiento.
- Comunicación con el docente y trabajos de reflexión individual.
- Disponibilidad de los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet.
- Bancos de documentación complementaria disponible permanentemente, incluso después del curso.

Incorpórate a la élite, con esta capacitación de alta eficacia formativa y abre nuevos caminos a tu progreso profesional”

Un Experto que te capacitará para trabajar en todos los ámbitos de la Comunicación Digital y Gestión de Crisis con la solvencia de un profesional de alto nivel"

Con un diseño metodológico que se apoya en técnicas de enseñanza contrastadas por su eficacia, este novedoso Experto Universitario en Publicidad Audiovisual te llevará a través de diferentes abordajes docentes para permitirte aprender de forma dinámica y eficaz.

Nuestro innovador concepto de telepráctica te dará la oportunidad de aprender mediante una experiencia inmersiva, que te proporcionará una integración más rápida y una visión mucho más realista de los contenidos: "learning from an expert" .

Nuestro personal docente está integrado por profesionales de diferentes ámbitos relacionados con esta especialidad. De esta manera nos aseguramos de ofrecerte el objetivo de actualización formativa que pretendemos. Un cuadro multidisciplinar de profesionales formados y experimentados en diferentes entornos, que desarrollarán los conocimientos teóricos, de manera eficiente, pero, sobre todo, pondrán a tu servicio los conocimientos prácticos derivados de su propia experiencia: una de las cualidades diferenciales de esta capacitación.

Este dominio de la materia se complementa con la eficacia del diseño metodológico. Elaborado por un equipo multidisciplinario de expertos en e-learning integra los últimos avances en tecnología educativa. De esta manera, podrás estudiar con un elenco de herramientas multimedia cómodas y versátiles que te darán la operatividad que necesitas en tu capacitación.

El diseño de este programa está basado en el Aprendizaje Basado en Problemas: un planteamiento que concibe el aprendizaje como un proceso eminentemente práctico. Para conseguirlo de forma remota, usaremos la telepráctica: con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo, y el learning from an expert podrás adquirir los conocimientos como si estuvieses enfrentándote al supuesto que estás aprendiendo en ese momento. Un concepto que te permitirá integrar y fijar el aprendizaje de una manera más realista y permanente.



02

Objetivos

Nuestro objetivo es formar profesionales altamente cualificados para la experiencia laboral. Un objetivo que se complementa, además, de manera global, con el impulso de un desarrollo humano que siente las bases de una sociedad mejor. Este objetivo se materializa en conseguir ayudar a los profesionales a acceder a un nivel de competencia y control mucho mayor. Una meta que, en tan apenas unos meses podrás dar por adquirida, con una capacitación de alta intensidad y precisión.





Si tu objetivo es reorientar tu capacidad hacia nuevos caminos de éxito y desarrollo, este es tu Experto: una capacitación que aspira a la excelencia"

Objetivo general

- Adquirir los conocimientos necesarios para realizar una adecuada comunicación publicitaria utilizando las herramientas digitales más avanzadas

Una vía de capacitación y crecimiento profesional que te impulsará hacia una mayor competitividad en el mercado laboral"

Objetivos específicos

- Capacitar al alumno para relacionar la publicidad y las relaciones públicas de manera coherente con otras ciencias sociales y humanas.
- Formar al alumno para entender los conceptos básicos y los modelos teóricos de la comunicación humana, sus elementos y sus características, así como el papel que ésta desempeña en los procesos psicológicos de la publicidad y de las relaciones públicas.
- Preparar al alumno para identificar y analizar los procesos psicosociales, cognitivos y emocionales de la comunicación publicitaria y de relaciones públicas.
- Aplicar la metodología científica propia de las teorías de la comunicación.
- Analizar los procesos psicológicos básicos de la comunicación y del receptor de la publicidad.
- Dominar las pautas básicas que rigen la comunicación audiovisual que sirvan de fundamento para el ejercicio de la publicidad y las relaciones públicas.
- Describir la evolución general de los medios de comunicación a través de su desarrollo histórico.
- Comprender la naturaleza y potencialidad comunicativa de las imágenes y del diseño gráfico.
- Saber planificar de un modo estratégico las campañas de publicidad.
- Conocer el proceso creativo publicitario.
- Saber analizar textos publicitarios desde una perspectiva crítica e identificando los diferentes elementos de los mensajes.
- Elaborar piezas publicitarias en tiempo y forma conforme a las especificaciones de



los distintos géneros publicitarios y de relaciones públicas.

- Tener capacidad de llevar a cabo el rol profesional de redactor publicitario dentro de una agencia de publicidad o de un departamento de publicidad de una empresa o institución.
- Tener capacidad de llevar a cabo el rol profesional de director de arte dentro de una agencia de publicidad o de un departamento de publicidad de una empresa o institución.
- Participar en la elaboración de publicidad audiovisual.
- Capacidad para dominar las pautas básicas que rigen la publicidad audiovisual para la elaboración de productos publicitarios audiovisuales

03

Estructura y contenido

Los contenidos de este Experto han sido desarrollados por los diferentes expertos con una finalidad clara: conseguir que nuestro alumnado adquiera todas y cada una de las habilidades necesarias para convertirse en verdaderos expertos en esta materia.

Un programa completísimo y muy bien estructurado que te llevará hacia los más elevados estándares de calidad y éxito.





Un completísimo programa docente, estructurado en unidades didácticas muy bien desarrolladas, orientadas a un aprendizaje compatible con tu vida personal y profesional.”

Módulo 1. Introducción a la psicología de la comunicación

1.1. Historia de la psicología
- 1.1.1. Comenzamos con el estudio de la psicología
- 1.1.2. La ciencia en evolución. Cambios históricos y paradigmáticos
- 1.1.3. Paradigmas y etapas en la psicología
- 1.1.4. La ciencia cognitiva

.2. Introducción a la psicología social
- 1.2.1. Comenzando con el estudio de la psicología social: la influencia
- 1.2.2. Empatía, altruismo y conducta de ayuda

.3. Cognición social: el procesamiento de la información social
- 1.3.1. Pensar y conocer, necesidades vitales
- 1.3.2. La cognición social
- 1.3.3. Organizando la información
- 1.3.4. El pensamiento: prototípico o categorial
- 1.3.5. Los errores que cometemos al pensar: los sesgos inferenciales
- 1.3.6. El procesamiento automático de la información

.4. Psicología de la personalidad
- 1.4.1. ¿Qué es el yo? Identidad y personalidad
- 1.4.2. La autoconciencia
- 1.4.3. La autoestima
- 1.4.4. El autoconocimiento
- 1.4.5. Variables interpersonales en la configuración de la personalidad
- 1.4.6. Variables macrosociales en la configuración de la personalidad

.5. Las emociones
- 1.5.1. ¿De qué hablamos cuando nos emocionamos?
- 1.5.2. La naturaleza de las emociones
- 1.5.3. Emociones y personalidad
- 1.5.4. Desde otra perspectiva. Las emociones sociales

1.6. Psicología de la comunicación. Persuasión y cambio de actitudes
- 1.6.1. Introducción a la psicología de la comunicación
- 1.6.2. Las actitudes



1.6.3. Modelos históricos en el estudio de la comunicación persuasiva
1.6.4. El modelo de probabilidad de elaboración (elm)
1.6.5. Los procesos de comunicación a través de los medios
1.7. El emisor
1.7.1. La fuente de la comunicación persuasiva
1.7.2. Características de la fuente. La credibilidad
1.7.3. Características de la fuente. El atractivo
1.7.4. Características del emisor. El poder
1.7.5. Procesos en la comunicación persuasiva. Mecanismos basados en la cognición primaria
1.8. El mensaje
1.8.1. Comenzamos estudiando la composición del mensaje
1.8.2. Tipos de mensajes: mensajes racionales frente a mensajes emocionales
1.8.3. Mensajes emocionales y comunicación: mensajes inductores de miedo
1.8.4. Mensajes racionales y comunicación
1.9. El receptor
1.9.1. El papel del receptor según el Modelo de Probabilidad de Elaboración
1.9.2. Necesidades y motivos del receptor: su incidencia para el cambio de actitudes
1.10. Nuevas perspectivas en el estudio de la comunicación
1.10.1. El procesamiento no consciente de la información. Los procesos automáticos
1.10.2. La medición de los procesos automáticos en la comunicación
1.10.3. Primeros pasos en los nuevos paradigmas
1.10.4. Las teorías de sistemas de procesamiento duales

Módulo 2. Narrativa audiovisual

2.1. La narrativa audiovisual
2.1.1. Introducción
2.1.2. Conceptos fundamentales de la Narrativa Audiovisual
2.1.3. Una aproximación metodológica
2.1.4. Particularidades del discurso audiovisual
2.1.5. El lenguaje audiovisual
2.1.6. La imagen
2.1.7. El sonido
2.2. El discurso y las estancias enunciadoras
2.2.1. Introducción
2.2.2. Las funciones del relato
2.2.3. La construcción del texto narrativo
2.2.4. Las instancias enunciadoras
2.2.5. Tipologías de narradores
2.2.6. La focalización
2.2.7. El narratario
2.3. La historia y los ejes de la narración
2.3.1. Introducción
2.3.2. La historia
2.3.3. La acción narrativa
2.3.4. El tiempo
2.3.5. El espacio
2.3.6. El sonido
2.4. La construcción del discurso audiovisual: el guion
2.4.1. Introducción
2.4.2. El guion
2.4.3. La idea
2.4.4. Los géneros
2.4.4.1. El cine fantástico y de terror
2.4.4.1. El cine bélico
2.4.4.1. La comedia
2.4.4.1. El musical
2.4.4.1. El documental
2.4.5. Los personajes y el diálogo
2.4.6. El guion literario vs el guion técnico

2.5. Teoría y análisis del montaje fílmico
- 2.5.1. Introducción
- 2.5.2. Definición del montaje
- 2.5.3. Las unidades básicas de la narrativa fílmica
- 2.5.4. Primeras aproximaciones teóricas
- 2.5.5. Tipos de montaje
- 2.5.6. El montaje invisible: el raccord. Glosario sobre el montaje

2.6. La narración cinematográfica: de los orígenes a la posmodernidad
- 2.6.1. Introducción
- 2.6.2. Los orígenes del cine
- 2.6.3. El cine de los orígenes: la articulación espacio-temporal
- 2.6.4. Las vanguardias y el cine
- 2.6.5. El cine de Hollywood
- 2.6.6. El cine de arte y el ensayo
- 2.6.7. El cine contemporáneo

2.7. El cine informático: de los noticiarios al documental
- 2.7.1. Introducción
- 2.7.2. El cine informativo
- 2.7.3. Los noticiarios cinematográficos
- 2.7.4. El documental
- 2.7.5. El cine informativo de ficción
- 2.7.6. El valor de los informativos como fuente histórica

2.8. El discurso televisivo: información y entretenimiento
- 2.8.1. Introducción
- 2.8.2. El discurso televisivo
- 2.8.3. Narratología de la información audiovisual
- 2.8.4. Los géneros de la información audiovisual





2.8.5. El infotainment
2.8.6. Los programas de entretenimiento
2.8.7. El relato televisivo de ficción
2.9. El discurso publicitario audiovisual: spot, tráiler y videoclip
2.9.1. Introducción
2.9.2. Narrativa publicitaria en los medios audiovisuales
2.9.3. Spot
2.9.4. Tráiler
2.9.5. Videoclip
2.10. Nuevos medios y estructuras narrativas en la era digital
2.10.1. Introducción
2.10.2. El paradigma digital
2.10.3. Los nuevos medios del siglo XXI
2.10.4. Nuevas prácticas mediáticas
2.10.5. La condición postmedia

Módulo 3. Publicidad Audiovisual

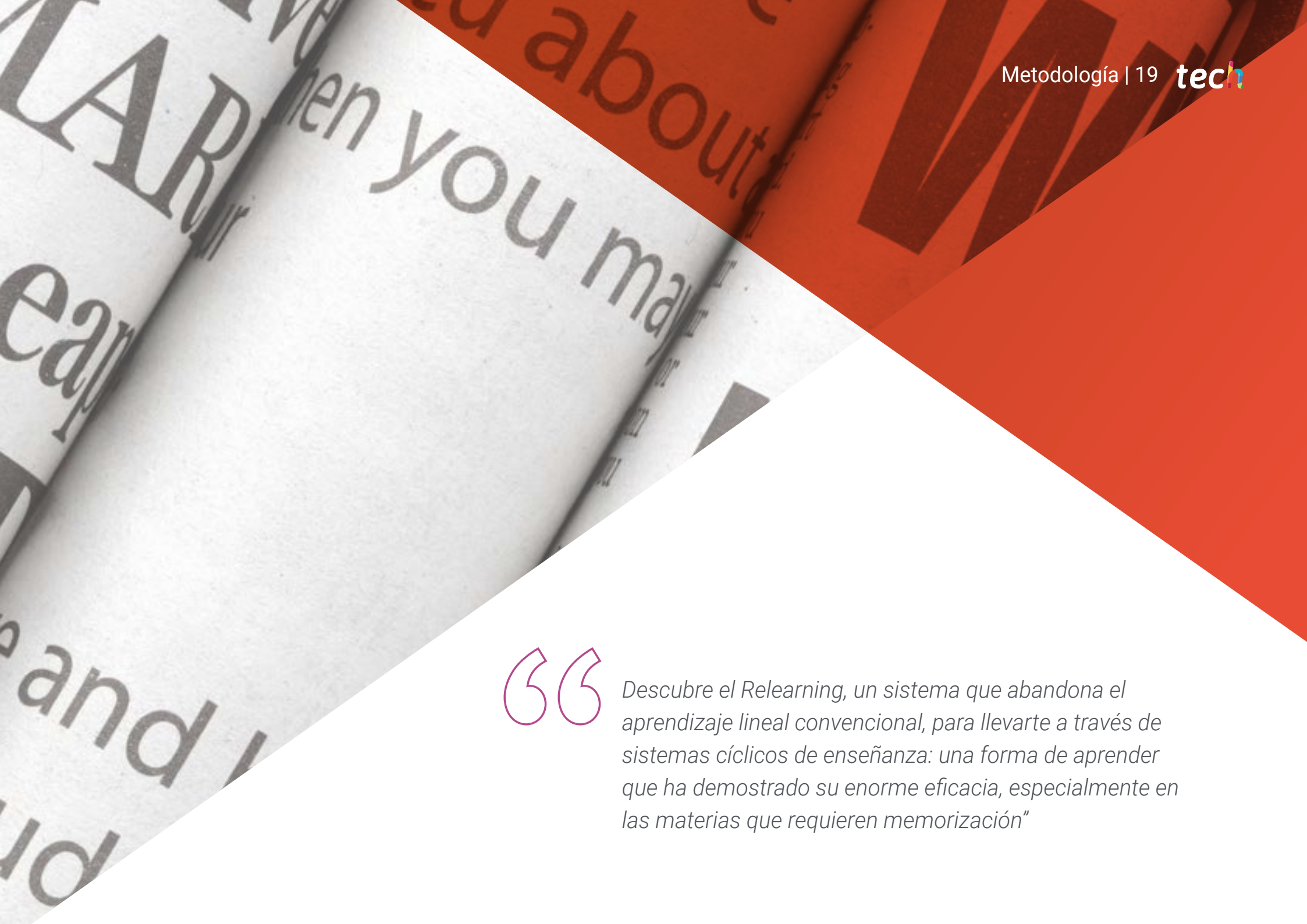
3.1. Introducción a la publicidad audiovisual
3.2. Lenguaje y narración audiovisual
3.3 Equipo técnico de una producción audiovisual I.
3.3.1 Los equipos de producción y dirección
3.4. Equipo técnico de una producción audiovisual I.
3.4.1 Los equipos de técnico y artísticos.
3.5. Los contratos de producción
3.6. Pre-producción I: de la idea al guion de rodaje
3.7. Pre-producción II: El plan de rodaje y el presupuesto
3.8. Producción I: Framegorge 3D
3.9. Producción II: Shot Designer y Movie Magic
3.10. Del rodaje a la comercialización

04

Metodología

Esta capacitación te ofrece una forma diferente de aprender. Nuestra metodología se desarrolla a través de un modo de aprendizaje de forma cíclica: ***el Relearning***.
Este sistema de enseñanza es utilizado en las facultades de medicina más prestigiosas del mundo y se ha considerado uno de los más eficaces por publicaciones de gran relevancia como el ***New England Journal of Medicine.***





Descubre el Relearning, un sistema que abandona el aprendizaje lineal convencional, para llevarte a través de sistemas cíclicos de enseñanza: una forma de aprender que ha demostrado su enorme eficacia, especialmente en las materias que requieren memorización"

En TECH empleamos el Método del caso

Nuestro programa te ofrece un método revolucionario de desarrollo de tus habilidades y conocimientos. Nuestro objetivo es afianzar tus competencias en un contexto cambiante, competitivo y de alta exigencia.

Con TECH podrás experimentar una forma de aprender que está moviendo los cimientos de las Universidades tradicionales de todo el mundo"



Nuestra Universidad es la primera en el mundo que combina los case studies de Harvard Business School con un sistema de aprendizaje 100 % online basado en la reiteración.



El alumno aprenderá, mediante actividades colaborativas y casos reales, la resolución de situaciones complejas en entornos empresariales reales.

Un método de aprendizaje innovador y diferente

Este programa de Periodismo y Comunicación de TECH Universidad Tecnológica es un programa intensivo que te prepara para afrontar todos los retos en este área, tanto en el ámbito nacional como internacional. Su objetivo principal es favorecer tu crecimiento personal y profesional ayudándote a conseguir el éxito. Para ello nos basamos en los case studies de la Harvard Business School, con la que tenemos un acuerdo estratégico que nos permite emplear los materiales con los que se estudia en la más prestigiosa Universidad del mundo: HARVARD.

> *Somos la única Universidad online que ofrece los materiales de Harvard como material docente en sus cursos”*

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 tomasen decisiones y emitiesen juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard

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.

Relearning Methodology

Nuestra Universidad es la primera en el mundo que combina los case studies de Harvard University con un sistema de aprendizaje 100 % online basado en la reiteración, que combina 16 elementos didácticos diferentes en cada lección.

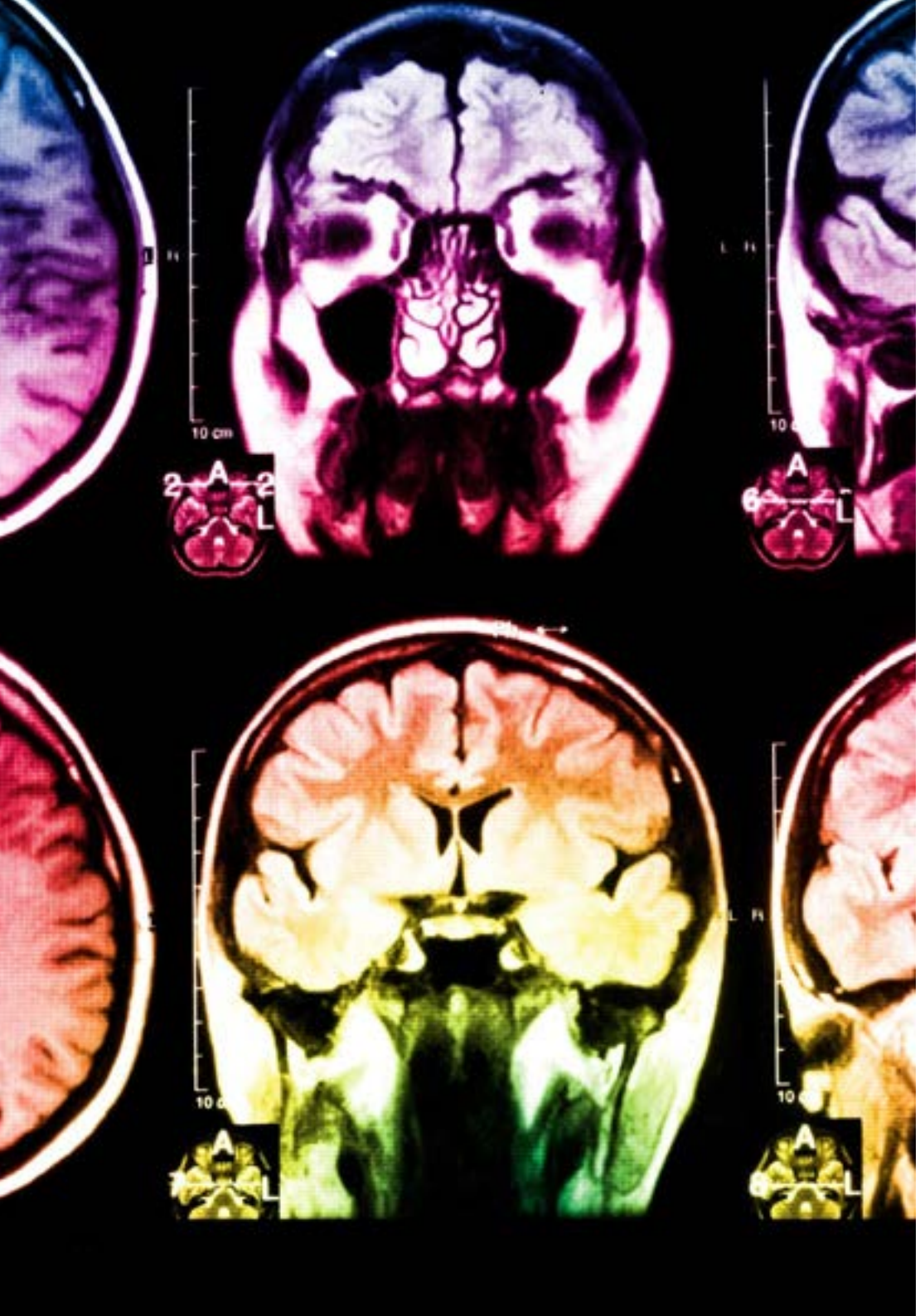
Potenciamos los case studies de Harvard con el mejor método de enseñanza 100 % online: el Relearning.

En 2019 obtuvimos los mejores resultados de aprendizaje de todas las universidades online en español en el mundo.

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

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





En nuestro programa el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprendemos, desaprendemos, olvidamos y reaprendemos). Por eso, combinamos cada uno de estos elementos de forma concéntrica. Con esta metodología hemos capacitado a más de 650.000 graduados universitarios con un éxito sin precedentes. En ámbitos tan distintos como la bioquímica, la genética, la cirugía, el derecho internacional, las habilidades directivas, las ciencias del deporte, la filosofia, el derecho, la ingeniería, el periodismo, la historia o los mercados e instrumentos financieros. Todo ello en un entorno de alta exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico alto y una media de edad de 43,5 años.

El relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu especialización, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.

A partir de la última evidencia científica en el ámbito de la neurociencia, no solo sabemos organizar la información, las ideas, las imágenes, los recuerdos, sino que sabemos que el lugar y el contexto donde hemos aprendido algo es fundamental para que seamos capaces de recordarlo y almacenarlo en el hipocampo, para retenerlo en nuestra memoria a largo plazo.

De esta manera, y en lo que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, los diferentes elementos de nuestro programa están conectados con el contexto donde el participante desarrolla su práctica profesional.

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.

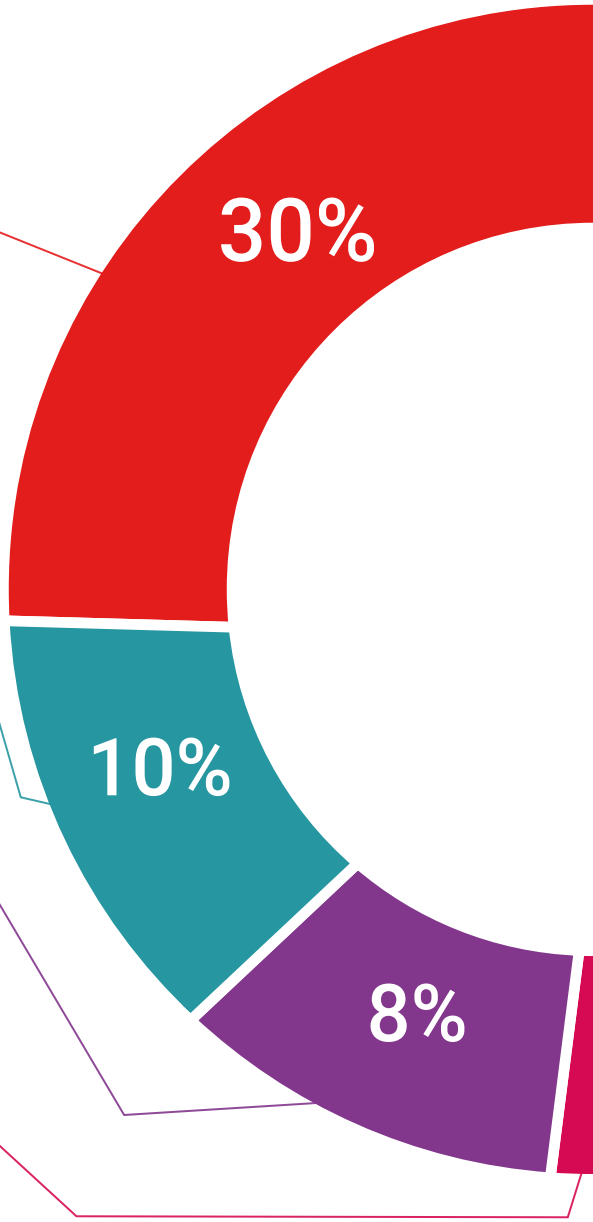
El denominado Learning from an expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.

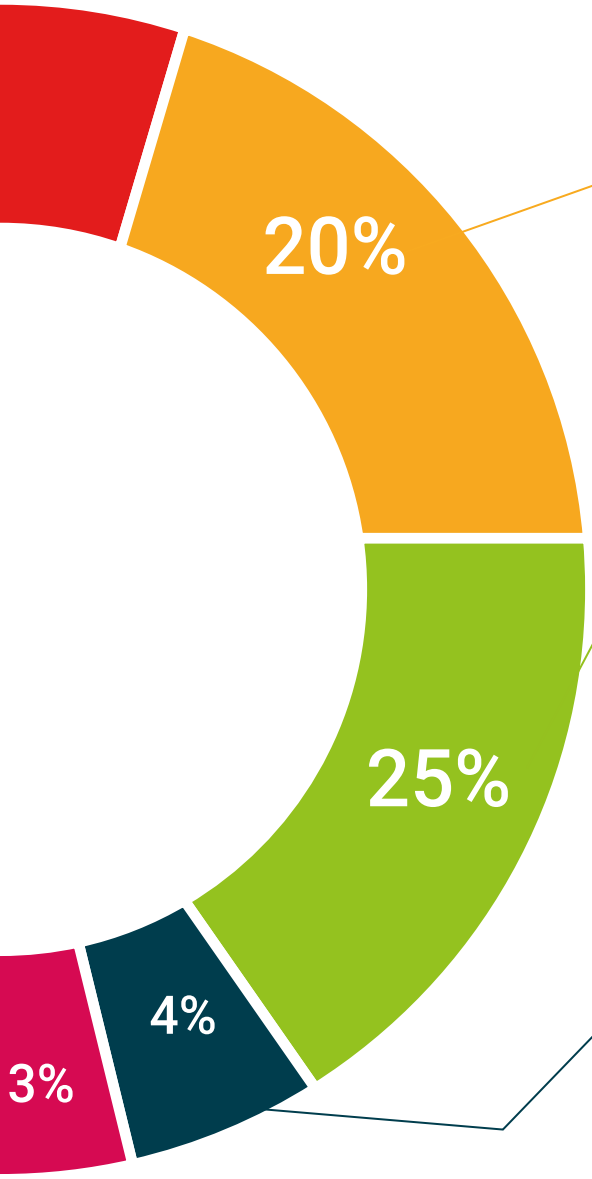
Prácticas de habilidades y competencias

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 cases studies de la materia que se emplean en Harvard. 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 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.

05

Titulación

A través de una experiencia de aprendizaje diferente y estimulante, podrás conseguir las competencias necesarias para dar un gran paso en tu capacitación. Una oportunidad de progresar, con el apoyo y el seguimiento de una universidad moderna y especializada, que te proyectará a otro nivel profesional.





Incluye en tu capacitación un título de Experto Universitario en Publicidad Audiovisual: un valor añadido de alta cualificación para cualquier profesional de esta área"

Este **Experto Universitario en Publicidad Audiovisual** contiene el programa científico más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de las evaluaciones por parte del alumno, éste recibirá por correo postal con acuse de recibo su correspondiente **Título de Experto Universitario** emitido por la **TECH - Universidad Tecnológica**.

El título expedido por la **TECH - Universidad Tecnológica** expresará la calificación que haya obtenido en el Experto, y reúne los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores carreras profesionales.

Título: **Experto Universitario en Publicidad Audiovisual**

Nº Horas Oficiales: **450**


tech universidad tecnológica

Otorga la presente

CONSTANCIA

a

C. _____, con documento de identificación nº_____

Por haber superado con éxito y acreditado el programa de

EXPERTO UNIVERSITARIO

en

Publicidad Audiovisual

Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 450 horas, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

TECH es una Institución Particular de Educación Superior reconocida por la Secretaría de Educación Pública a partir del 28 de junio de 2018.

A 17 de junio de 2020

Mtra. Tere Guevara Navarro
Rectora

Este título propio se deberá acompañar siempre del título universitario habilitante expedido por la autoridad competente para ejercer profesionalmente en cada país. código único TECH: AFWOR23S techtitute.com/titulos

*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su titulo en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH EDUCATION realizará las gestiones oportunas para su obtención con un coste añadido de 140€ más gastos de envío del título apostillado.

tech universidad tecnológica

Experto Universitario
Publicidad Audiovisual

Modalidad: **Online**
Duración: **6 meses**
Titulación: **TECH - Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **450 h.**

Experto Universitario
Publicidad Audiovisual



tech universidad tecnológica