

Programa Avançado

Comunicação de Moda





Programa Avançado Comunicação de Moda

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 meses
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

Acesso ao site: www.techtitute.com/br/design/programa-avancado/programa-avancado-comunicacao-moda

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Estrutura e conteúdo

pág. 12

04

Metodologia

pág. 18

05

Certificado

pág. 26

01

Apresentação

O universo da moda tem uma série de características particulares que o tornam uma disciplina muito especializada. Cada elemento desta indústria requer uma adequada preparação por parte dos profissionais, e o âmbito da comunicação não seria diferente. Por isso, a moda possui seu próprio conjunto de mídias e canais que devem ser conhecidos para a compreensão e transmissão das informações de forma adequada. Esta capacitação proporcionará ao aluno as ferramentas necessárias para dominar todas as habilidades de comunicação aplicadas à moda, possibilitando uma atuação profissional nesta área.



“

Você será a próxima Anna Wintour. Através deste Programa Avançado, você aprenderá a publicar e transmitir informações especializadas sobre a moda”

A moda é uma das indústrias com maior potencial para a criação de celebridades. A cada ano, aparecem dezenas de modelos promissoras que alcançam a fama com grande rapidez. Ao mesmo tempo, outras modelos de diferentes gerações coexistem na indústria com o suporte midiático em seu entorno.

Entretanto, na moda existem outros tipos de estrelas: jornalistas, comunicadores e *influencers* que capturam a essência do que tem valor estético e do que não tem, tornando-se assim personalidades a serem seguidas por seu conhecimento. Desta forma, tornam-se prescritores de moda responsáveis por transmitir por vários canais quais combinações funcionam ou uma tendência de moda em um futuro próximo, tornando-se autênticas celebridades.

Mas para alcançar este status é necessário um conhecimento específico sobre a história da indumentária e da comunicação midiática. Este Programa Avançado de Comunicação de Moda proporciona ao aluno todas as ferramentas e habilidades necessárias para tornar-se um especialista em comunicação de moda, transformando-o em uma estrela do jornalismo de moda.

Este **Programa Avançado de Comunicação de Moda** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado. Suas principais características são:

- ◆ O desenvolvimento de casos práticos apresentados por especialistas em comunicação de moda
- ◆ Os conteúdos gráficos, esquemáticos e extremamente úteis fornecem informações práticas sobre as disciplinas indispensáveis para o exercício da profissão.
- ◆ Exercícios práticos em que o processo de autoavaliação é realizado para melhorar a aprendizagem
- ◆ Sua ênfase especial em metodologias inovadoras de comunicação de moda
- ◆ Aulas teóricas, perguntas a especialistas, fóruns de discussão sobre temas controversos e trabalhos de reflexão individual
- ◆ Disponibilidade de acesso a todo o conteúdo a partir de qualquer dispositivo, fixo ou portátil, com conexão à Internet



Esta capacitação abrirá portas para o mundo da moda"

“

Você deseja lançar sua própria revista de moda? Esta é sua oportunidade”

O corpo docente do programa conta com profissionais do setor, que transferem toda a experiência adquirida ao longo de suas carreiras para esta capacitação, além de especialistas reconhecidos de instituições de referência e universidades de prestígio.

O seu conteúdo multimídia, desenvolvido com a mais recente tecnologia educacional, oferece ao profissional uma aprendizagem contextualizada, ou seja, realizada através de um ambiente simulado, proporcionando uma capacitação imersiva e programada para praticar diante de situações reais.

Este programa se fundamenta na Aprendizagem Baseada em Problemas, onde o profissional deverá resolver as diferentes situações de prática profissional que surgirem ao longo do programa. Para isso, contará com a ajuda de um sistema inovador de vídeo interativo realizado por especialistas reconhecidos nesta área.

Através deste Programa Avançado você conhecerá os detalhes da moda sob uma perspectiva midiática.

A cada ano surgem novas estrelas da comunicação de moda e você poderá ser a próxima!



02

Objetivos

O principal objetivo deste Programa Avançado de Comunicação de Moda é proporcionar ao aluno o conhecimento fundamental na transmissão de informações nesta área em diferentes canais, transformando-o em uma grande personalidade na comunicação de moda. Para isso, esta capacitação oferecerá o melhor conteúdo orientado à mídia, como revistas e redes sociais, que atualmente desempenham um papel fundamental neste setor.



THE BLACK IS BACK

I'll rephrase the famous saying because it perfectly applies to clothing as well - you can wear whatever color you want as long as it's black.

11th MAR by Mia

SHOP LIKE THERE'S NO TOP

It's not easy. It's not simple. It takes practice. Today everything you need to know about black belt i

10th MAR by Eri

BE TRUE TO YOURS

One of the greatest challenges in life is that's trying to make you like everyone e

FASHION BLOG

YOUR GUIDE TO THE WORLD OF STYLE

12th MAR by Ingrid



STYLE IS KNOWING YOURSELF

what you buy. Style is what you do with it. Fashion changes, never. Fashion is everyone, style is you.

11th MAR by Erika



I DON'T GIVE A

Be happy. It drives peop'

9th MAR'



ELL

being your
se.

“

Em breve você estará assistindo aos melhores desfiles de moda do mundo”



Objetivos gerais

- ◆ Ter uma visão completa e profissional do cenário da comunicação, identificando as particularidades do setor, bem como seu impacto e repercussão sobre o tecido empresarial como um todo
- ◆ Adquirir conhecimentos básicos e avançados a fim de poder gerar novos ecossistemas de comunicação em relação à moda
- ◆ Fortalecer as habilidades de gestão, análise, criatividade e liderança como as principais competências da Indústria
- ◆ Desenvolver uma excelente capacidade de redação, comunicação oral e escrita, verbal e não verbal
- ◆ Obter a responsabilidade ética necessária
- ◆ Obter o conhecimento necessário para escrever e transmitir informações, através dos diferentes gêneros jornalísticos, em revistas





Objetivos específicos

Módulo 1. História da Indumentária

- ◆ Identificar a linguagem e os recursos expressivos em relação ao conteúdo
- ◆ Selecionar os recursos de pesquisa e inovação para resolver as questões apresentadas dentro das funções, necessidades e materiais da indumentária
- ◆ Reunir estratégias metodológicas e estéticas que ajudem a apoiar e desenvolver processos criativos
- ◆ Diferenciar os processos psicológicos na evolução das peças na história da indumentária
- ◆ Associar a linguagem formal e simbólica à funcionalidade no campo da indumentária
- ◆ Demonstrar a inter-relação entre os elementos do vestuário e os campos humanísticos
- ◆ Justificar as contradições entre o luxo indumentário e os valores éticos
- ◆ Refletir sobre o impacto da inovação e da qualidade na produção de roupas sobre a qualidade de vida e o meio ambiente

Módulo 2. Revistas

- ◆ Conhecer as particularidades que definem a revista como um meio de jornalismo escrito, seu tipo e a segmentação de seu mercado
- ◆ Produzir publicações periódicas tanto em papel quanto em formato digital
- ◆ Conhecer a tradição e os antecedentes históricos da tecnologia de comunicação escrita e do design jornalístico
- ◆ Analisar e identificar os diferentes componentes de uma revista
- ◆ Conhecer a revista, suas especificidades e o mercado editorial

Módulo 3. Canais de Comunicação na Moda

- ◆ Oferecer comunicação direta, pessoal e adequada, capaz de atender aos objetivos específicos de cada rede social
- ◆ Visão geral específica de cada um dos canais de comunicação digital na atualidade
- ◆ Entender como a influência é exercida através do canal de comunicação e as novas estratégias de poder que são exercidas a partir do ambiente digital
- ◆ Reproduzir um exercício de influência através de suas redes sociais
- ◆ Identificar a ascensão do canal audiovisual como um dos principais meios de comunicação entre a opinião pública



Você alcançará seus objetivos graças a este Programa Avançado de Comunicação de Moda"

03

Estrutura e conteúdo

Este Programa Avançado de Comunicação de Moda apresenta 3 módulos com 10 temas para cada um, onde o aluno aprenderá sobre a história da moda e conhecerá mais sobre as revistas de moda e os canais de comunicação utilizados nesta área, como as redes sociais e outros serviços de conteúdo, como o YouTube. Desta forma, o profissional receberá uma formação abrangente e transversal, permitindo colocá-la em prática em sua carreira profissional.





“

*Os melhores conteúdos para
você alcançar o sucesso no
mundo da moda”*

Módulo 1. História da Indumentária

- 1.1. Pré-história
 - 1.1.1. Introdução
 - 1.1.2. As civilizações pré-históricas
 - 1.1.3. O comércio na época pré-histórica
 - 1.1.4. O traje pré-histórico
 - 1.1.5. Peles e artigos de pêlo
 - 1.1.6. Os tecidos e as técnicas
 - 1.1.7. As concordâncias cronológicas e as semelhanças no traje pré-histórico
- 1.2. Idade Antiga: Egito e Mesopotâmia
 - 1.2.1. Egito
 - 1.2.2. O povo assírio
 - 1.2.3. O povo persa
- 1.3. Idade Antiga: A Grécia Clássica
 - 1.3.1. Vestuário Cretan
 - 1.3.2. Os têxteis utilizados na Grécia antiga
 - 1.3.3. As roupas da Grécia antiga
 - 1.3.4. Roupas íntimas da Grécia antiga
 - 1.3.5. Calçados da Grécia antiga
 - 1.3.6. Chapéus e cocares da Grécia antiga
 - 1.3.7. Cores e decorações da Grécia antiga
 - 1.3.8. Acessórios da Grécia antiga
- 1.4. Idade Antiga: O Império Romano
 - 1.4.1. Os tecidos da Roma Antiga
 - 1.4.2. As vestes da Roma Antiga
 - 1.4.3. Roupas íntimas da Roma Antiga
 - 1.4.4. Calçados da Roma Antiga
 - 1.4.5. Chapéus e cocares da Roma Antiga
 - 1.4.6. Relação de status social e vestuário na Roma Antiga
 - 1.4.7. O estilo bizantino
- 1.5. Alta Idade Média e Baixa Idade Média
 - 1.5.1. Características históricas gerais do período medieval
 - 1.5.2. O vestuário no início do período medieval
 - 1.5.3. O vestuário no período carolíngio
 - 1.5.4. O vestuário na época românica
 - 1.5.5. O vestuário gótico
- 1.6. A Era Moderna: Renascentista, Barroco e Rococó
 - 1.6.1. Século XV e XVI: Renascimento
 - 1.6.2. Século XVII: O Barroco
 - 1.6.3. Século XVIII: Rococó
- 1.7. Idade Contemporânea: Neo-classicismo e Romantismo
 - 1.7.1. A indústria da Indumentária
 - 1.7.2. Charles Fréderick Worht
 - 1.7.3. Jacquet Doucet
 - 1.7.4. A indumentária feminina
 - 1.7.5. Josefina Bonaparte: o estilo império
- 1.8. Idade Contemporânea: Era Vitoriana e a *Belle Époque*
 - 1.8.1. A Rainha Vitória
 - 1.8.2. A indumentária masculina
 - 1.8.3. Dandy
 - 1.8.4. Paul Poiret
 - 1.8.5. Madeleine Vionnet
- 1.9. Era Contemporânea: da indumentária à moda
 - 1.9.1. Novo contexto e mudança social
 - 1.9.2. Designers de moda
 - 1.9.3. Coco Chanel
 - 1.9.4. O *New look*
- 1.10. A era contemporânea: o século dos estilistas e a moda
 - 1.10.1. O vestuário moderno
 - 1.10.2. A ascensão dos estilistas americanos
 - 1.10.3. A cena londrina

Módulo 2. Revistas

- 2.1. O que é uma revista?
 - 2.1.1. Introdução
 - 2.1.2. O que é uma revista? Suas particularidades e o mercado editorial
 - 2.1.3. Especificidades da revista
 - 2.1.4. Mercado de revistas: questões gerais
 - 2.1.5. Grandes grupos editoriais de revistas
- 2.2. O leitor da revista
 - 2.2.1. Introdução
 - 2.2.2. O leitor da revista
 - 2.2.3. Encontrar e fidelizar leitores
 - 2.2.4. O leitor da revista impressa
 - 2.2.5. O leitor da revista digital
 - 2.2.6. Leitores e publicidade
- 2.3. Criação e vida de uma revista
 - 2.3.1. Introdução
 - 2.3.2. A criação de uma revista
 - 2.3.3. Nome
 - 2.3.4. O ciclo de vida de uma revista
- 2.4. Segmentação e especialização de revistas
 - 2.4.1. Introdução
 - 2.4.2. Segmentação e especialização de revistas
 - 2.4.3. Tipos de revista
 - 2.4.3.1. Revistas culturais
 - 2.4.3.2. Revistas do coração
 - 2.4.3.3. Suplementação
- 2.5. Estrutura e conteúdo de revistas
 - 2.5.1. Introdução
 - 2.5.2. A manchete
 - 2.5.3. A estrutura
 - 2.5.4. Os conteúdos

- 2.6. Nascimento e desenvolvimento de revistas na Europa e nos Estados Unidos
 - 2.6.1. Introdução
 - 2.6.2. Os inícios: entre os séculos XVI e XVIII. Das relações aos gazetas
 - 2.6.3. O século XIX na Europa
 - 2.6.4. Balanço do século XIX
- 2.7. Século XX: a consolidação da revista moderna
 - 2.7.1. Introdução
 - 2.7.2. As primeiras décadas do século XX em revistas europeias
 - 2.7.3. Estados Unidos da década de 1920 e 1960: o segundo boom das revistas
 - 2.7.4. Europa após a Segunda Guerra Mundial: revistas a partir da década de 1940
 - 2.7.5. A partir da década de 1960: a revista renovada
- 2.8. Marcos na história das revistas americanas
 - 2.8.1. Introdução
 - 2.8.2. National Geographic: um marco nas revistas de divulgação
 - 2.8.3. Time, um marco para as revistas semanais ou *Newsmagazines*
 - 2.8.4. Reader's Digest: um marco na publicação de revistas
 - 2.8.5. The New Yorker: um marco nas revistas de opinião e cultura
- 2.9. Revistas na Europa
 - 2.9.1. Introdução
 - 2.9.2. Difusão
 - 2.9.3. Principais revistas por país
- 2.10. Revistas na América Latina
 - 2.10.1. Introdução
 - 2.10.2. Origem
 - 2.10.3. Principais revistas por país

Módulo 3. Canais de Comunicação na Moda

- 3.1. Influência e outras estratégias de poder em novos canais digitais
 - 3.1.1. As estratégias de poder ligadas à comunicação da moda
 - 3.1.2. Influenciar na esfera das mídias sociais
 - 3.1.3. Gestão dos novos líderes digitais: *Influencers* de moda

- 3.2. A escolha do canal de comunicação: Teoria da Pesquisa Forrester
 - 3.2.1. A nova opinião pública: liderar as massas, uma de cada vez
 - 3.2.2. O que é a teoria de Forrester?
 - 3.2.3. Aplicando a teoria da Pesquisa Forrester à indústria da moda
- 3.3. O poder da linguagem audiovisual e da comunicação não verbal
 - 3.3.1. A crescente cota de mercado da comunicação não verbal
 - 3.3.2. O impacto da mensagem audiovisual na moda
 - 3.3.3. Composição do discurso fotográfico em redes sociais
- 3.4. Evolução e funcionamento das mídias sociais na indústria da moda
 - 3.4.1. Etapas do surgimento e evolução da Internet
 - 3.4.2. A estratégia multicanal dentro das redes sociais da moda
 - 3.4.3. O que é uma rede social? Diferenças com os canais tradicionais
- 3.5. Facebook, o grande banco de dados
 - 3.5.1. Comunicação transversal
 - 3.5.2. O interesse da comunicação
 - 3.5.3. Modelos de presença no Facebook
- 3.6. Instagram, muito mais do que fotos de moda
 - 3.6.1. Mensagens emocionais e gestão da empatia
 - 3.6.2. A intimidade da vida cotidiana em imagens
 - 3.6.3. Destacar-se na rede social mais importante da moda
- 3.7. O conteúdo profissional no LinkedIn
 - 3.7.1. Criando uma marca pessoal
 - 3.7.2. Mensagens cognitivas na marca da moda
 - 3.7.3. Gerenciamento da relação com a concorrência
- 3.8. A politização do Twitter
 - 3.8.1. Comunicação impulsiva e omnidirecional
 - 3.8.2. Mensagem direta e criação de conteúdo em 20 caracteres
 - 3.8.3. O impacto das manchetes: da profundidade à leveza
- 3.9. TikTok, além da Geração Z
 - 3.9.1. A revolução audiovisual e a aceleração das mudanças de look em um contexto *Slow fashion*
 - 3.9.2. Democratização na criação de conteúdo audiovisual
 - 3.9.3. A moda como um evento digno de notícia e notoriedade
- 3.10. YouTube como um expoente do conteúdo audiovisual
 - 3.10.1. Gestão das expectativas na criação de conteúdo audiovisual
 - 3.10.2. Mapa do conteúdo do YouTube sobre moda, beleza e luxo
 - 3.10.3. Novas tendências na opinião pública: os *microinfluencers*



Você conhecerá todos os aspectos da comunicação aplicada à moda"



04

Metodologia

Este curso oferece uma maneira diferente de aprender. Nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cíclico: o **Relearning**. Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas escolas médicas mais prestigiadas do mundo e é considerado um dos mais eficazes pelas principais revistas, como o **New England Journal of Medicine**.



“

Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para realizá-la através de sistemas de ensino cíclicos: uma forma de aprendizagem que tem provado sua enorme eficácia, especialmente em disciplinas que requerem memorização”

Estudo de caso para contextualizar todo o conteúdo

Nosso programa oferece um método revolucionário para desenvolver as habilidades e o conhecimento. Nosso objetivo é fortalecer as habilidades em um contexto de constante mudança, competitivo e altamente exigente.

“

Com a TECH você irá experimentar uma maneira de aprender que está revolucionando as bases das universidades tradicionais ao redor do mundo”



Você terá acesso a um sistema de aprendizagem baseado na repetição, por meio de um ensino natural e progressivo ao longo de todo o programa.



Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este programa da TECH é um programa de ensino intensivo, criado do zero, que propõe os desafios e decisões mais exigentes nesta área, tanto nacional quanto internacionalmente. Graças a esta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado em direção ao sucesso. O método do caso, técnica que constitui a base deste conteúdo, garante que a realidade econômica, social e profissional mais atual seja adotada.

“

Nosso programa lhe prepara para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso na sua carreira.

O estudante aprenderá, através de atividades de colaboração e casos reais, como resolver situações complexas em ambientes reais de negócios.

O método do caso é o sistema de aprendizado mais utilizado pelas melhores faculdades do mundo. Desenvolvido em 1912 para que os estudantes de Direito não aprendessem a lei apenas com base no conteúdo teórico, o método do caso consistia em apresentar-lhes situações realmente complexas para que tomassem decisões conscientes e julgassem a melhor forma de resolvê-las. Em 1924 foi estabelecido como um método de ensino padrão em Harvard.

Em uma determinada situação, o que um profissional deveria fazer? Esta é a pergunta que abordamos no método do caso, um método de aprendizagem orientado para a ação. Ao longo do programa, os alunos vão se deparar com múltiplos casos reais. Terão que integrar todo o seu conhecimento, pesquisar, argumentar e defender suas idéias e decisões.

Metodologia Relearning

A TECH utiliza de maneira eficaz a metodologia do Estudo de Caso com um sistema de aprendizagem 100% online baseado na repetição, combinando diferentes elementos didáticos em cada lição.

Potencializamos o Estudo de Caso com o melhor método de ensino 100% online: o Relearning.

Em 2019, entre todas as universidades online em espanhol do mundo, alcançamos os melhores resultados de aprendizagem.

Na TECH você aprenderá com uma metodologia de vanguarda projetada para capacitar os gerentes do futuro. Este método, na vanguarda da pedagogia mundial, se chama Relearning.

Nossa Universidade é a única em língua espanhola autorizada a utilizar este método de sucesso. Em 2019, conseguimos melhorar os níveis de satisfação geral de nossos alunos (qualidade de ensino, qualidade dos materiais, estrutura dos cursos, objetivos, entre outros) com relação aos indicadores da melhor universidade online em espanhol.



No nosso programa, o aprendizado não é um processo linear, mas acontece em espiral (aprendemos, desaprendemos, esquecemos e reaprendemos). Portanto, combinamos cada um desses elementos de forma concêntrica. Esta metodologia já capacitou mais de 650.000 universitários com um sucesso sem precedentes em campos tão diversos como a bioquímica, a genética, a cirurgia, o direito internacional, habilidades administrativas, ciência do esporte, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história, mercados e instrumentos financeiros. Tudo isso em um ambiente altamente exigente, com um grupo de estudantes universitários de alto perfil socioeconômico e uma média de idade de 43,5 anos.

O Relearning lhe permitirá aprender com menos esforço e mais desempenho, fazendo com que você se envolva mais na sua capacitação, desenvolvendo seu espírito crítico e sua capacidade de defender argumentos e contrastar opiniões, ou seja, uma equação de sucesso.

A partir das últimas evidências científicas no campo da neurociência, não sabemos apenas como organizar informações, idéias, imagens, memórias, mas sabemos também que o lugar e o contexto onde aprendemos algo é fundamental para nossa capacidade de lembrá-lo e armazená-lo no hipocampo, para mantê-lo em nossa memória a longo prazo.

Desta forma, no que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, os diferentes elementos de nosso programa estão ligados ao contexto onde o participante desenvolve sua prática profissional.



Neste programa, oferecemos os melhores materiais educacionais, preparados especialmente para você:



Material de estudo

Todo o conteúdo didático foi criado pelos especialistas que irão ministrar o curso, especialmente para o curso, fazendo com que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Posteriormente, esse conteúdo é adaptado ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isso com as técnicas mais avançadas e oferecendo alta qualidade em cada um dos materiais que são colocados à disposição do aluno.



Masterclasses

Há evidências científicas sobre a utilidade da observação de terceiros especialistas.

O "Learning from an expert" fortalece o conhecimento e a memória, além de gerar segurança para a tomada de decisões difíceis no futuro.



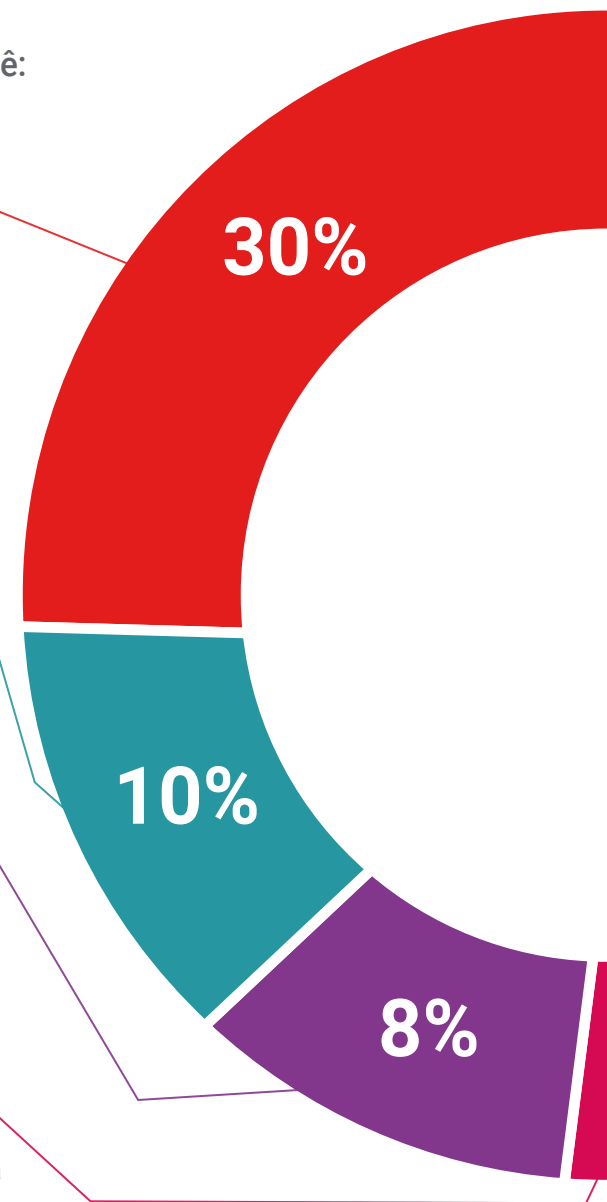
Práticas de habilidades e competências

Serão realizadas atividades para desenvolver competências e habilidades específicas em cada disciplina. Práticas e dinâmicas para adquirir e desenvolver as habilidades e competências necessárias para que um especialista possa se desenvolver dentro do contexto globalizado em que vivemos.



Leitura complementar

Artigos recentes, documentos científicos, guias internacionais, entre outros. Na biblioteca virtual da TECH o aluno terá acesso a tudo o que for necessário para complementar a sua capacitação.





Estudos de caso

Será realizada uma seleção dos melhores estudos de casos escolhidos especificamente para esta titulação. Casos apresentados, analisados e orientados pelos melhores especialistas do cenário internacional.



Resumos interativos

A equipe da TECH apresenta o conteúdo de forma atraente e dinâmica através de pílulas multimídia que incluem áudios, vídeos, imagens, diagramas e mapas conceituais, com o objetivo de reforçar o conhecimento.

Este sistema exclusivo de capacitação por meio da apresentação de conteúdo multimídia foi premiado pela Microsoft como "Caso de sucesso na Europa".



Testing & Retesting

Avaliamos e reavaliamos periodicamente o seu conhecimento ao longo do programa, através de atividades e exercícios de avaliação e auto-avaliação, para que você possa comprovar que está alcançando seus objetivos.



05

Certificado

O Programa Avançado de Comunicação de Moda garante, além da capacitação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um título de Programa Avançado emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

Conclua este programa de estudos com sucesso e receba seu certificado sem sair de casa e sem burocracias”

Este **Programa Avançado de Comunicação de Moda** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado.

Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado* correspondente ao título de **Programa Avançado** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

O certificado emitido pela **TECH Universidade Tecnológica** expressará a qualificação obtida no Programa Avançado, atendendo aos requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de empregos, concursos públicos e avaliação de carreira profissional.

Título: **Programa Avançado de Comunicação de Moda**

N.º de Horas Oficiais: **450h**



*Apostila de Haia: Caso o aluno solicite que seu certificado seja apostilado, a TECH EDUCATION providenciará a obtenção do mesmo a um custo adicional.

futuro
saúde confiança pessoas
informação orientadores
educação certificação ensino
garantia aprendizagem
instituições tecnologia
comunidade compreensão
atenção personalizada
conhecimento inovação
presente qualidade
desenvolvimento site

tech universidade
tecnológica

Programa Avançado Comunicação de Moda

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 meses
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

Programa Avançado

Comunicação de Moda

