

Curso Universitario

Identidad Corporativa y Creatividad Publicitaria



Curso Universitario Identidad Corporativa y Creatividad Publicitaria

- » Modalidad: **online**
- » Duración: **12 semanas**
- » Titulación: **TECH Global University**
- » Acreditación: **12 ECTS**
- » Horario: **a tu ritmo**
- » Exámenes: **online**

Acceso web: www.techtitute.com/periodismo-comunicacion/curso-universitario/identidad-corporativa-creatividad-publicitaria

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Estructura y contenido

pág. 12

04

Metodología de estudio

pág. 18

05

Titulación

pág. 28

01

Presentación

Las mejores campañas publicitarias se basan en la innovación y la creatividad. Apostar por algo nunca visto es fundamental para atraer al público. Con este programa intensivo el alumno conseguirá una amplia perspectiva sobre la redacción de textos publicitarios y la posibilidad de conocer la finalidad de un anuncio publicitario. Para ello, se abordarán una serie de reglas y advertencias cuyo objeto es hacer que la redacción sea eficaz y profesional. Sin duda, un programa único que marcará el camino para tu desarrollo laboral.





“

Especialízate en redacción y creativa y dirección de arte en publicidad y adquiere las habilidades necesarias para triunfar en este campo”

TECH proporciona a sus alumnos, con este Curso Universitario, un compendio de conocimientos relacionados con la redacción de textos publicitarios, a través de los cuales aprenderán a aplicar y analizar las peculiaridades redaccionales de cada uno de los diferentes mensajes: cartas, folletos, anuncios de prensa, vallas, cuñas, spots... tanto de aspectos teóricos como en casos prácticos. A partir de ahí, el estudiante será capaz de incorporar las pautas, claves y modelos de referencia aprendidos sobre la redacción publicitaria, a los soportes y plataformas más actuales, Internet y las redes sociales. El objetivo es adquirir aptitudes redaccionales y desarrollar la imaginación para generar ideas originales en cualquier formato publicitario.

El programa también incluye la versión más artística de la publicidad. Una de las principales características del director de arte es su ambición por mejorar constantemente en su trabajo, por conocer, por explorar los límites de la comunicación para sorprender y atrapar al receptor de su mensaje. Por ello, con este programa se pretende sembrar en el alumno la semilla de la inquietud hacia el terreno del diseño gráfico publicitario y la dirección de arte para que no deje de perfeccionarse nunca como comunicador visual.

De esta manera, este Curso Universitario se convertirá en una herramienta esencial para los profesionales del sector que deseen especializarse en Identidad Corporativa y Creatividad Publicitaria, al incluir, en un solo temario, los aspectos más relevantes de la redacción y el arte publicitarios. Sin duda, un programa de gran valor para los profesionales del periodismo y la comunicación.

Este **Curso Universitario en Identidad Corporativa y Creatividad Publicitaria** contiene el programa educativo más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- ♦ El uso de la última tecnología en softwares de enseñanza online
- ♦ El sistema docente, intensamente visual, apoyado en contenidos gráficos y esquemáticos de fácil asimilación y comprensión
- ♦ El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en activo
- ♦ Los sistemas de vídeo interactivo de última generación
- ♦ La enseñanza apoyada en la telepráctica
- ♦ Los sistemas de actualización y reciclaje permanente
- ♦ El aprendizaje autorregulable, lo que favorece la total compatibilidad con otras ocupaciones
- ♦ Los ejercicios prácticos de autoevaluación y constatación de aprendizaje
- ♦ Los grupos de apoyo y sinergias educativas: preguntas al experto, foros de discusión y conocimiento
- ♦ La comunicación con el equipo docente y trabajos de reflexión individual
- ♦ La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet
- ♦ Los bancos de documentación complementaria disponibles permanentemente



*Un programa de primer nivel,
diseñado para profesionales
que buscan la excelencia”*

“

Un Curso Universitario que te capacitará para trabajar en todos los ámbitos de la creación publicitaria con la solvencia de un profesional de alto nivel”

El programa incluye en su cuadro docente a profesionales del sector que vierten en esta capacitación la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

Su contenido multimedia, elaborado con la última tecnología educativa, permitirá al profesional un aprendizaje situado y contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará una capacitación inmersiva programada para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el profesional deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le

planteen a lo largo del curso académico. Para ello, contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos.

Este programa incluye multitud de recursos prácticos que te ayudarán a afianzar los conocimientos teóricos

La metodología didáctica de este Curso Universitario es la más novedosa del panorama académico actual



02 Objetivos

Los alumnos que realicen este Curso Universitario en Identidad Corporativa y Creatividad Publicitaria de TECH encontrarán la información más completa del mercado en esta área, lo que les permitirá adquirir la capacitación necesaria para desarrollar su lado más creativo, lo que les permitirá diseñar campañas publicitarias atractivas e innovadoras. De esta manera, al finalizar el programa, el profesional estará más capacitado para acceder a puestos de relevancia en los que poder convertirse en un profesional de referencia.





“

*Desarrolla tu lado más creativo
y aprende a diseñar campañas
publicitarias exitosas”*



Objetivo general

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

“

*Este programa te impulsará
hacia una mayor competitividad
en el mercado laboral”*





Objetivos específicos

- ♦ Saber utilizar las tecnologías y técnicas informativas y comunicativas en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos
- ♦ Reconocer las herramientas significativas y apropiadas para el estudio de la publicidad y las relaciones públicas
- ♦ Asumir el rol creativo de redactor dentro de una agencia de publicidad o de un departamento de publicidad de una empresa o institución
- ♦ Tener la 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
- ♦ Capacitar al alumno para relacionar la publicidad y las relaciones públicas de manera coherente con otras ciencias sociales y humanas
- ♦ Capacitar al alumno para fomentar la creatividad y la persuasión a través de los diferentes soportes y de los diferentes medios de comunicación
- ♦ Capacitar al alumno para comprender los principales debates y acontecimientos mediáticos derivados de la coyuntura actual y cómo se gestan y difunden según las estrategias comunicativas y los intereses de todo tipo
- ♦ Preparar al alumno para conocer las herramientas significativas y apropiadas para el estudio de la publicidad y las relaciones públicas
- ♦ Capacitar al alumno para desenvolverse como un profesional de la publicidad y las relaciones públicas con sujeción a las normas jurídicas y deontológicas de la profesión
- ♦ Conocer el departamento de comunicación dentro de las empresas e instituciones
- ♦ Ser capaz de aplicar las técnicas necesarias para la dirección de un departamento de comunicación dentro de las empresas e instituciones
- ♦ Saber organizar eventos en el ámbito privado y en el ámbito público siguiendo las directrices del protocolo

03

Estructura y contenido

Los contenidos de este Curso Universitario en Identidad Corporativa y Creatividad Publicitaria han sido estructurados para facilitar el aprendizaje de los periodistas en el ámbito publicitario, de tal manera que puedan adquirir las herramientas necesarias para desarrollar su creatividad. Un programa dividido en dos módulos que abarca los aspectos fundamentales de la Identidad Corporativa y Creatividad Publicitaria, tanto a nivel de redacción como artístico. Un programa diseñado para que el alumno pueda autogestionar su estudio de manera cómoda.

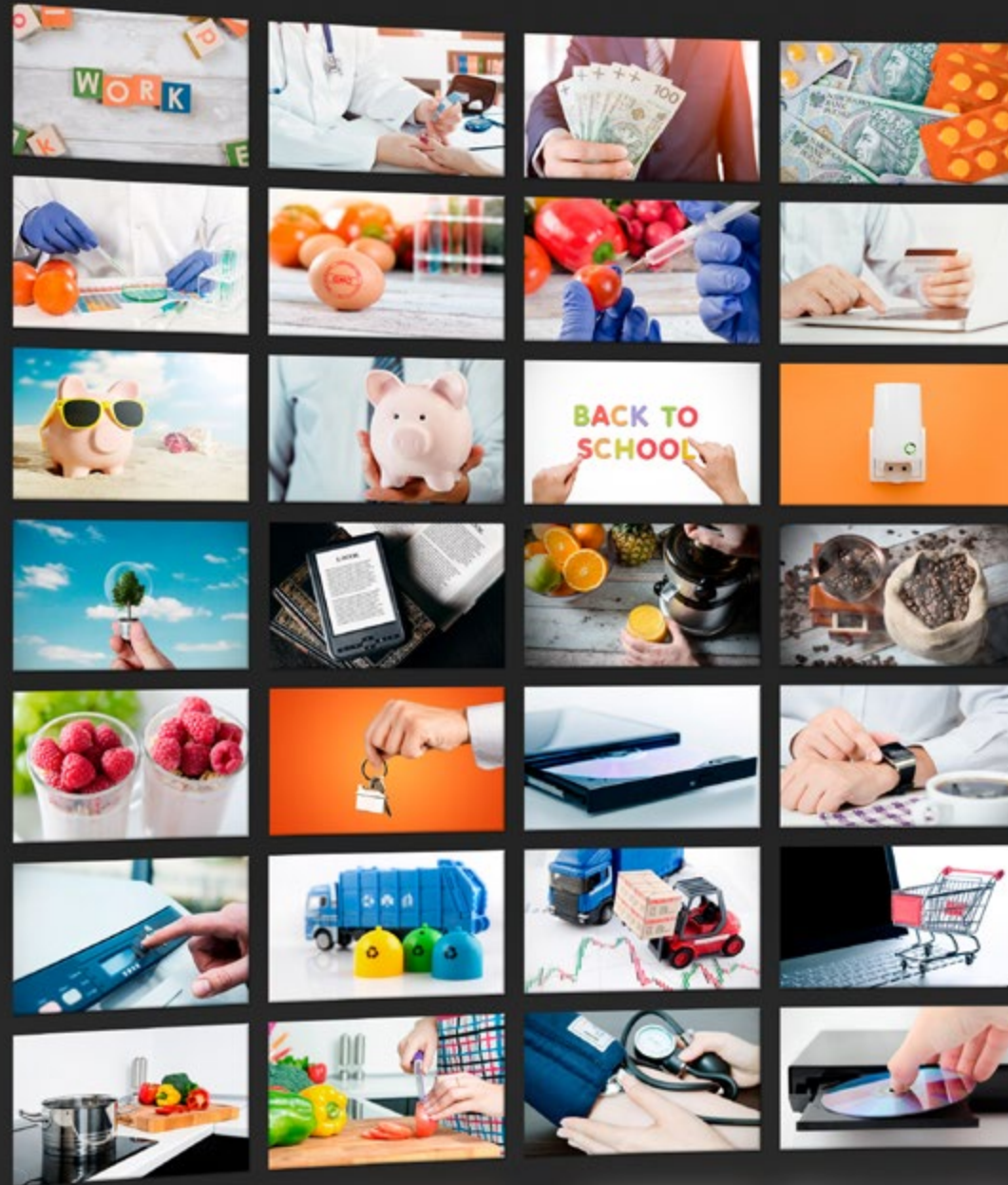


“

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

Módulo 1. Creatividad Publicitaria I: Redacción

- 1.1. Concepto de redacción
 - 1.1.1. Redacción y escritura
 - 1.1.2. Redacción y pensamiento
 - 1.1.3. Redacción y orden
- 1.2. Fundamentos de la redacción publicitaria
 - 1.2.1. La corrección
 - 1.2.2. La adaptación
 - 1.2.3. La eficacia
- 1.3. Características de la redacción publicitaria
 - 1.3.1. La nominalización
 - 1.3.2. La desestructuración
 - 1.3.3. Concentración expresiva
- 1.4. El texto y la imagen
 - 1.4.1. Del texto a la imagen
 - 1.4.2. Funciones del texto
 - 1.4.3. Funciones de la imagen
 - 1.4.4. Relaciones entre el texto y la imagen
- 1.5. La marca y el eslogan
 - 1.5.1. La marca
 - 1.5.2. Características de la marca
 - 1.5.3. El eslogan
- 1.6. Publicidad directa
 - 1.6.1. El folleto
 - 1.6.2. El catálogo
 - 1.6.3. Otros anexos





- 1.7. Publicidad en prensa: el anuncio de gran formato
 - 1.7.1. Diarios y revistas
 - 1.7.2. Superestructura
 - 1.7.3. Características formales
 - 1.7.4. Características redaccionales
- 1.8. Publicidad en prensa: otros formatos
 - 1.8.1. Los anuncios por palabras
 - 1.8.2. Superestructura
 - 1.8.3. El reclamo
 - 1.8.4. Superestructura
- 1.9. Publicidad exterior
 - 1.9.1. Formatos
 - 1.9.2. Características formales
 - 1.9.3. Características redaccionales
- 1.10. Publicidad radiofónica
 - 1.10.1. El lenguaje radiofónico
 - 1.10.2. La cuña radiofónica
 - 1.10.3. Superestructura
 - 1.10.4. Tipos de cuñas
 - 1.10.5. Características formales
- 1.11. Publicidad audiovisual
 - 1.11.1. La imagen
 - 1.11.2. El texto
 - 1.11.3. La música y los efectos de sonido
 - 1.11.4. Formatos publicitarios
 - 1.11.5. El guion
 - 1.11.6. El *story-board*

Modulo 2. Identidad corporativa

- 2.1. La importancia de la imagen en las empresas
 - 2.1.1. ¿Qué es la imagen corporativa?
 - 2.1.2. Diferencias entre identidad e imagen corporativa
 - 2.1.3. ¿Dónde se puede manifestar la imagen corporativa?
 - 2.1.4. Situaciones de cambio de la imagen corporativas ¿Por qué conseguir una buena imagen corporativa?
- 2.2. Las técnicas de investigación en Imagen Corporativa
 - 2.2.1. Introducción
 - 2.2.2. El estudio de la imagen de la empresa
 - 2.2.3. Técnicas de investigación de la imagen corporativa
 - 2.2.4. Las técnicas cualitativas de estudio de la imagen
 - 2.2.5. Tipos de técnicas cuantitativas
- 2.3. Auditoría y estrategia de imagen
 - 2.3.1. Qué es la auditoría de imagen
 - 2.3.2. Pautas
 - 2.3.3. Metodología de la auditoría
 - 2.3.4. Planificación estratégica
- 2.4. Cultura corporativa
 - 2.4.1. ¿Qué es la cultura corporativa?
 - 2.4.2. Factores que intervienen en la cultura corporativa
 - 2.4.3. Funciones de la cultura corporativa
 - 2.4.4. Tipos de cultura corporativa
- 2.5. Responsabilidad Social Corporativa y Reputación Corporativa
 - 2.5.1. RSC: concepto y aplicación de la empresa
 - 2.5.2. Directrices para integrar la RSC en las empresas
 - 2.5.3. La comunicación de la RSC
 - 2.5.4. Reputación corporativa
- 2.6. La identidad visual corporativa y el Naming
 - 2.6.1. Estrategias de identidad visual corporativa
 - 2.6.2. Elementos básicos
 - 2.6.3. Principios básicos
 - 2.6.4. Elaboración del manual
 - 2.6.5. El naming





- 2.7. Imagen y posicionamiento de marcas
 - 2.7.1. Los orígenes de las marcas
 - 2.7.2. ¿Qué es una marca?
 - 2.7.3. La necesidad de construir una marca
 - 2.7.4. Imagen y posicionamiento de las marcas
 - 2.7.5. El valor de las marcas
- 2.8. Gestión de la imagen a través de la Comunicación de Crisis
 - 2.8.1. Plan estratégico de comunicación
 - 2.8.2. Cuando todo sale mal: comunicación de crisis
 - 2.8.3. Casos
- 2.9. La influencia de las promociones en la Imagen Corporativa
 - 2.9.1. El nuevo panorama del sector publicitario
 - 2.9.2. El marketing promocional
 - 2.9.3. Características
 - 2.9.4. Peligros
 - 2.9.5. Tipos y técnicas promocionales
- 2.10. La distribución y la imagen del punto de venta
 - 2.10.1. Los principales protagonistas de la distribución comercial
 - 2.10.2. La imagen de las empresas de distribución comercial a través del posicionamiento
 - 2.10.3. A través de su nombre y logotipo



*Una experiencia de capacitación
única, clave y decisiva para impulsar
tu desarrollo profesional”*

04

Metodología de estudio

TECH es la primera universidad en el mundo que combina la metodología de los **case studies** con el **Relearning**, un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración dirigida.

Esta disruptiva estrategia pedagógica ha sido concebida para ofrecer a los profesionales la oportunidad de actualizar conocimientos y desarrollar competencias de un modo intensivo y riguroso. Un modelo de aprendizaje que coloca al estudiante en el centro del proceso académico y le otorga todo el protagonismo, adaptándose a sus necesidades y dejando de lado las metodologías más convencionales.



“

TECH te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera”

El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

En la metodología de estudios de TECH el alumno es el protagonista absoluto. Las herramientas pedagógicas de cada programa han sido seleccionadas teniendo en cuenta las demandas de tiempo, disponibilidad y rigor académico que, a día de hoy, no solo exigen los estudiantes sino los puestos más competitivos del mercado.

Con el modelo educativo asincrónico de TECH, es el alumno quien elige el tiempo que destina al estudio, cómo decide establecer sus rutinas y todo ello desde la comodidad del dispositivo electrónico de su preferencia. El alumno no tendrá que asistir a clases en vivo, a las que muchas veces no podrá acudir. Las actividades de aprendizaje las realizará cuando le venga bien. Siempre podrá decidir cuándo y desde dónde estudiar.

“

*En TECH NO tendrás clases en directo
(a las que luego nunca puedes asistir)”*



Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

TECH se caracteriza por ofrecer los itinerarios académicos más completos del entorno universitario. Esta exhaustividad se logra a través de la creación de temarios que no solo abarcan los conocimientos esenciales, sino también las innovaciones más recientes en cada área.

Al estar en constante actualización, estos programas permiten que los estudiantes se mantengan al día con los cambios del mercado y adquieran las habilidades más valoradas por los empleadores. De esta manera, quienes finalizan sus estudios en TECH reciben una preparación integral que les proporciona una ventaja competitiva notable para avanzar en sus carreras.

Y además, podrán hacerlo desde cualquier dispositivo, pc, tableta o smartphone.

“

El modelo de TECH es asincrónico, de modo que te permite estudiar con tu pc, tableta o tu smartphone donde quieras, cuando quieras y durante el tiempo que quieras”

Case studies o Método del caso

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, su función era también presentarles situaciones complejas reales. Así, podían tomar decisiones y emitir juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Con este modelo de enseñanza es el propio alumno quien va construyendo su competencia profesional a través de estrategias como el *Learning by doing* o el *Design Thinking*, utilizadas por otras instituciones de renombre como Yale o Stanford.

Este método, orientado a la acción, será aplicado a lo largo de todo el itinerario académico que el alumno emprenda junto a TECH. De ese modo se enfrentará a múltiples situaciones reales y deberá integrar conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones. Todo ello con la premisa de responder al cuestionamiento de cómo actuaría al posicionarse frente a eventos específicos de complejidad en su labor cotidiana.



Método Relearning

En TECH los *case studies* son potenciados con el mejor método de enseñanza 100% online: el *Relearning*.

Este método rompe con las técnicas tradicionales de enseñanza para poner al alumno en el centro de la ecuación, proveyéndole del mejor contenido en diferentes formatos. De esta forma, consigue repasar y reiterar los conceptos clave de cada materia y aprender a aplicarlos en un entorno real.

En esta misma línea, y de acuerdo a múltiples investigaciones científicas, la reiteración es la mejor manera de aprender. Por eso, TECH ofrece entre 8 y 16 repeticiones de cada concepto clave dentro de una misma lección, presentada de una manera diferente, con el objetivo de asegurar que el conocimiento sea completamente afianzado durante el proceso de estudio.

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.



Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

Para aplicar su metodología de forma eficaz, TECH se centra en proveer a los egresados de materiales didácticos en diferentes formatos: textos, vídeos interactivos, ilustraciones y mapas de conocimiento, entre otros. Todos ellos, diseñados por profesores cualificados que centran el trabajo en combinar casos reales con la resolución de situaciones complejas mediante simulación, el estudio de contextos aplicados a cada carrera profesional y el aprendizaje basado en la reiteración, a través de audios, presentaciones, animaciones, imágenes, etc.

Y es que las últimas evidencias científicas en el ámbito de las Neurociencias apuntan a la importancia de tener en cuenta el lugar y el contexto donde se accede a los contenidos antes de iniciar un nuevo aprendizaje. Poder ajustar esas variables de una manera personalizada favorece que las personas puedan recordar y almacenar en el hipocampo los conocimientos para retenerlos a largo plazo. Se trata de un modelo denominado *Neurocognitive context-dependent e-learning* que es aplicado de manera consciente en esta titulación universitaria.

Por otro lado, también en aras de favorecer al máximo el contacto mentor-alumno, se proporciona un amplio abanico de posibilidades de comunicación, tanto en tiempo real como en diferido (mensajería interna, foros de discusión, servicio de atención telefónica, email de contacto con secretaría técnica, chat y videoconferencia).

Asimismo, este completísimo Campus Virtual permitirá que el alumnado de TECH organice sus horarios de estudio de acuerdo con su disponibilidad personal o sus obligaciones laborales. De esa manera tendrá un control global de los contenidos académicos y sus herramientas didácticas, puestas en función de su acelerada actualización profesional.



La modalidad de estudios online de este programa te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios”

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

1. Los alumnos que siguen este método no solo consiguen la asimilación de conceptos, sino un desarrollo de su capacidad mental, mediante ejercicios de evaluación de situaciones reales y aplicación de conocimientos.
2. El aprendizaje se concreta de una manera sólida en capacidades prácticas que permiten al alumno una mejor integración en el mundo real.
3. Se consigue una asimilación más sencilla y eficiente de las ideas y conceptos, gracias al planteamiento de situaciones que han surgido de la realidad.
4. La sensación de eficiencia del esfuerzo invertido se convierte en un estímulo muy importante para el alumnado, que se traduce en un interés mayor en los aprendizajes y un incremento del tiempo dedicado a trabajar en el curso.

La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

Los resultados de este innovador modelo académico son constatables en los niveles de satisfacción global de los egresados de TECH.

La valoración de los estudiantes sobre la calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso y sus objetivos es excelente. No en valde, la institución se convirtió en la universidad mejor valorada por sus alumnos en la plataforma de reseñas Trustpilot, obteniendo un 4,9 de 5.

Accede a los contenidos de estudio desde cualquier dispositivo con conexión a Internet (ordenador, tablet, smartphone) gracias a que TECH está al día de la vanguardia tecnológica y pedagógica.

Podrás aprender con las ventajas del acceso a entornos simulados de aprendizaje y el planteamiento de aprendizaje por observación, esto es, Learning from an expert.



Así, en este programa estarán disponibles los mejores materiales educativos, preparados a conciencia:



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.



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.



Resúmenes interactivos

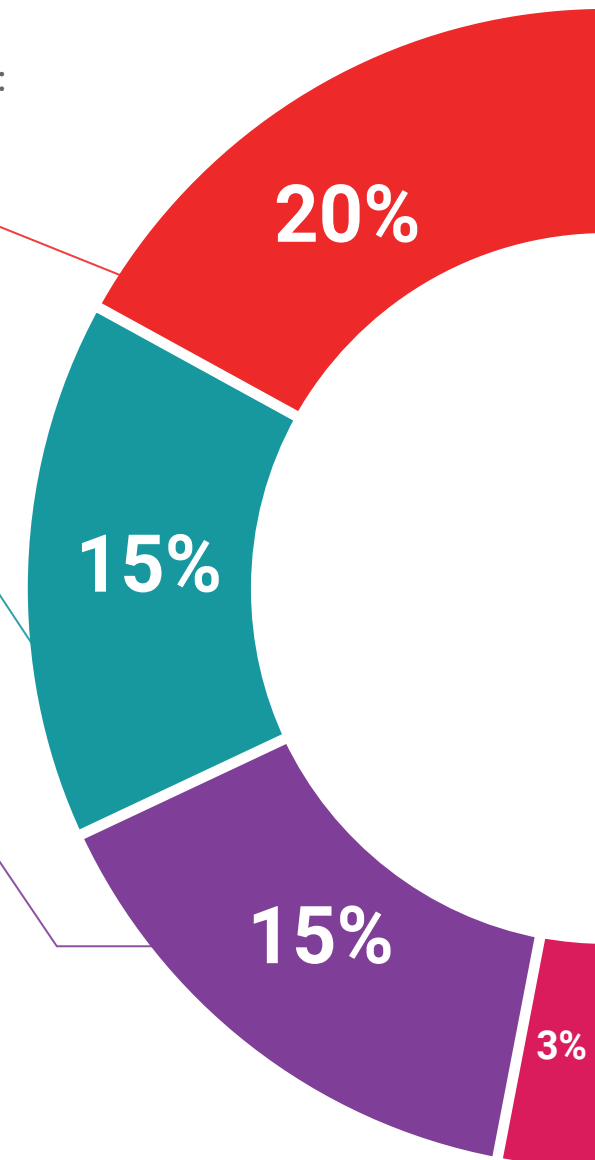
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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



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.



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.



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.



Guías rápidas de actuación

TECH ofrece los contenidos más relevantes del curso en forma de fichas o guías rápidas de actuación. Una manera sintética, práctica y eficaz de ayudar al estudiante a progresar en su aprendizaje.



05

Titulación

El Curso Universitario en Identidad Corporativa y Creatividad Publicitaria garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Curso Universitario expedido por TECH Global University.



“

Supera con éxito este programa y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites”

Este programa te permitirá obtener el título propio de **Curso Universitario en Identidad Corporativa y Creatividad Publicitaria** avalado por **TECH Global University**, la mayor Universidad digital del mundo.

TECH Global University, es una Universidad Oficial Europea reconocida públicamente por el Gobierno de Andorra ([boletín oficial](#)). Andorra forma parte del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) desde 2003. El EEES es una iniciativa promovida por la Unión Europea que tiene como objetivo organizar el marco formativo internacional y armonizar los sistemas de educación superior de los países miembros de este espacio. El proyecto promueve unos valores comunes, la implementación de herramientas conjuntas y fortaleciendo sus mecanismos de garantía de calidad para potenciar la colaboración y movilidad entre estudiantes, investigadores y académicos.

Este título propio de **TECH Global University**, es un programa europeo de formación continua y actualización profesional que garantiza la adquisición de las competencias en su área de conocimiento, confiriendo un alto valor curricular al estudiante que supere el programa.

Título: **Curso Universitario en Identidad Corporativa y Creatividad Publicitaria**

Modalidad: **online**

Duración: **12 semanas**

Acreditación: **12 ECTS**





Curso Universitario
Identidad Corporativa
y Creatividad Publicitaria

- » Modalidad: online
- » Duración: 12 semanas
- » Titulación: TECH Global University
- » Acreditación: 12 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Curso Universitario

Identidad Corporativa y Creatividad Publicitaria

