Grand Master

Alta Dirección de la Industria Audiovisual

GMADIA



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Grand Master
Alta Dirección de la Industria Audiovisual

Idioma: **Español**
Modalidad: **Online**
Duración: **24 meses**
Acreditación: **TECH Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **3.000 h.**
Acceso web: **www.techtitute.com/escuela-de-negocios/grand-master/grand-master-alta-direccion-industria-audiovisual**

Índice

01 Bienvenida — pág. 4

02 ¿Por qué estudiar en TECH? — pág. 6

03 ¿Por qué nuestro programa? — pág. 10

04 Objetivos — pág. 14

05 Competencias — pág. 20

06 Estructura y contenido — pág. 26

07 Metodología — pág. 42

08 Perfil de nuestros alumnos — pág. 50

09 Dirección del curso — pág. 54

10 Impacto para tu carrera — pág. 58

11 Beneficios para tu empresa — pág. 62

12 Titulación — pág. 66

02

¿Por qué estudiar en TECH?

TECH es la mayor escuela de negocio 100% online del mundo. Se trata de una Escuela de Negocios de élite, con un modelo de máxima exigencia académica. Un centro de alto rendimiento internacional y de entrenamiento intensivo en habilidades directivas.





TECH es una universidad de vanguardia tecnológica, que pone todos sus recursos al alcance del alumno para ayudarlo a alcanzar el éxito empresarial”

En TECH Universidad Tecnológica

Innovación

La universidad ofrece un modelo de aprendizaje en línea que combina la última tecnología educativa con el máximo rigor pedagógico. Un método único con el mayor reconocimiento internacional que aportará las claves para que el alumno pueda desarrollarse en un mundo en constante cambio, donde la innovación debe ser la apuesta esencial de todo empresario.

"Caso de Éxito Microsoft Europa" por incorporar en los programas un novedoso sistema de multivídeo interactivo.

Máxima exigencia

El criterio de admisión de TECH no es económico. No se necesita realizar una gran inversión para estudiar en esta universidad. Eso sí, para titularse en TECH, se podrán a prueba los límites de inteligencia y capacidad del alumno. El listón académico de esta institución es muy alto...

95% | **de los alumnos de TECH finaliza sus estudios con éxito**

Networking

En TECH participan profesionales de todos los países del mundo, de tal manera que el alumno podrá crear una gran red de contactos útil para su futuro.

+100.000 **directivos capacitados cada año**

+200 **nacionalidades distintas**

Empowerment

El alumno crecerá de la mano de las mejores empresas y de profesionales de gran prestigio e influencia. TECH ha desarrollado alianzas estratégicas y una valiosa red de contactos con los principales actores económicos de los 7 continentes.

+500 | **acuerdos de colaboración con las mejores empresas**

Talento

Este programa es una propuesta única para sacar a la luz el talento del estudiante en el ámbito empresarial. Una oportunidad con la que podrá dar a conocer sus inquietudes y su visión de negocio.

TECH ayuda al alumno a enseñar al mundo su talento al finalizar este programa.

Contexto Multicultural

Estudiando en TECH el alumno podrá disfrutar de una experiencia única. Estudiará en un contexto multicultural. En un programa con visión global, gracias al cual podrá conocer la forma de trabajar en diferentes lugares del mundo, recopilando la información más novedosa y que mejor se adapta a su idea de negocio.

Los alumnos de TECH provienen de más de 200 nacionalidades.



Aprende con los mejores

El equipo docente de TECH explica en las aulas lo que le ha llevado al éxito en sus empresas, trabajando desde un contexto real, vivo y dinámico. Docentes que se implican al máximo para ofrecer una especialización de calidad que permita al alumno avanzar en su carrera y lograr destacar en el ámbito empresarial.

Profesores de 20 nacionalidades diferentes.

"En TECH tendrás acceso a los estudios de casos de Harvard Business School"

TECH busca la excelencia y, para ello, cuenta con una serie de características que hacen de esta una universidad única:

Análisis

En TECH se explora el lado crítico del alumno, su capacidad de cuestionarse las cosas, sus competencias en resolución de problemas y sus habilidades interpersonales.

Excelencia académica

En TECH se pone al alcance del alumno la mejor metodología de aprendizaje online. La universidad combina el método *Relearning* (metodología de aprendizaje de posgrado con mejor valoración internacional), junto a los *"case studies"* de Harvard Business School. Tradición y vanguardia en un difícil equilibrio, y en el contexto del más exigente itinerario académico.

Economía de escala

TECH es la universidad online más grande del mundo. Tiene un portfolio de más de 10.000 posgrados universitarios. Y en la nueva economía, **volumen + tecnología = precio disruptivo**. De esta manera, se asegura de que estudiar no resulte tan costoso como en otra universidad.

03

¿Por qué nuestro programa?

Realizar el programa de TECH supone multiplicar las posibilidades de alcanzar el éxito profesional en el ámbito de la alta dirección empresarial.

Es todo un reto que implica esfuerzo y dedicación, pero que abre las puertas a un futuro prometedor. El alumno aprenderá de la mano del mejor equipo docente y con la metodología educativa más flexible y novedosa.





Contamos con el más prestigioso cuadro docente y el temario más completo del mercado, lo que nos permite ofrecerte una capacitación de alto nivel académico"

Este programa aportará multitud de ventajas laborales y personales, entre ellas las siguientes:

01

Dar un impulso definitivo a la carrera del alumno

Estudiando en TECH el alumno podrá tomar las riendas de su futuro y desarrollar todo su potencial. Con la realización de este programa adquirirá las competencias necesarias para lograr un cambio positivo en su carrera en poco tiempo.

El 70% de los participantes de esta especialización logra un cambio positivo en su carrera en menos de 2 años.

02

Desarrollar una visión estratégica y global de la empresa

TECH ofrece una profunda visión de dirección general para entender cómo afecta cada decisión a las distintas áreas funcionales de la empresa.

Nuestra visión global de la empresa mejorará tu visión estratégica.

03

Consolidar al alumno en la alta gestión empresarial

Estudiar en TECH supone abrir las puertas de hacia panorama profesional de gran envergadura para que el alumno se posicione como directivo de alto nivel, con una amplia visión del entorno internacional.

Trabajarás más de 100 casos reales de alta dirección.

04

Asumir nuevas responsabilidades

Durante el programa se muestran las últimas tendencias, avances y estrategias, para que el alumno pueda llevar a cabo su labor profesional en un entorno cambiante.

El 45% de los alumnos consigue ascender en su puesto de trabajo por promoción interna.

05

Acceso a una potente red de contactos

TECH interrelaciona a sus alumnos para maximizar las oportunidades. Estudiantes con las mismas inquietudes y ganas de crecer. Así, se podrán compartir socios, clientes o proveedores.

Encontrarás una red de contactos imprescindible para tu desarrollo profesional.

06

Desarrollar proyectos de empresa de una forma rigurosa

El alumno obtendrá una profunda visión estratégica que le ayudará a desarrollar su propio proyecto, teniendo en cuenta las diferentes áreas de la empresa.

El 20% de nuestros alumnos desarrolla su propia idea de negocio.

07

Mejorar *soft skills* y habilidades directivas

TECH ayuda al estudiante a aplicar y desarrollar los conocimientos adquiridos y mejorar en sus habilidades interpersonales para ser un líder que marque la diferencia.

Mejora tus habilidades de comunicación y liderazgo y da un impulso a tu profesión.

08

Formar parte de una comunidad exclusiva

El alumno formará parte de una comunidad de directivos de élite, grandes empresas, instituciones de renombre y profesores cualificados procedentes de las universidades más prestigiosas del mundo: la comunidad TECH Universidad Tecnológica.

Te damos la oportunidad de especializarte con un equipo de profesores de reputación internacional.

04

Objetivos

El principal objetivo de este Grand Master de TECH Universidad Tecnológica es ofrecer a los alumnos la información más completa y relevante sobre la dirección de empresas audiovisuales, de tal manera que sean capaces de desarrollarse con éxito en un sector altamente competitivo. Así, los estudiantes podrán conocer, de primera mano, los aspectos más interesantes para entender cómo se lleva a cabo la producción audiovisual y cómo deben gestionarse las empresas del sector.





Este programa te ayudará a desarrollar las habilidades para manejarte con éxito en la dirección de empresas audiovisuales”

TECH hace suyos los objetivos de sus alumnos. Trabajan conjuntamente para conseguirlos.

El **Grand Master en Alta Dirección de la Industria Audiovisual** te capacitará para:

01 Definir las últimas tendencias en gestión empresarial, atendiendo al entorno globalizado que rige los criterios de la alta dirección

02 Desarrollar las principales habilidades de liderazgo que deben definir a los profesionales en activo

03 Elaborar estrategias para llevar a cabo la toma de decisiones en un entorno complejo e inestable

04 Crear estrategias corporativas que marquen el guion que debe seguir la empresa para ser más competitiva y lograr sus propios objetivos



05 Diseñar estrategias y políticas innovadoras que mejoren la gestión y la eficiencia empresarial

06 Adquirir las habilidades comunicativas necesarias en un líder empresarial para lograr que su mensaje sea escuchado y entendido entre los miembros de su comunidad



07 Entender el entorno económico en el que se desarrolla la empresa y desarrollar estrategias adecuadas para adelantarse a los cambios

08 Comprender las operaciones logísticas que son necesarias en el ámbito empresarial para desarrollar una gestión adecuada de las mismas

09 Realizar la estrategia de Marketing que permita dar a conocer nuestro producto a nuestros clientes potenciales y generar una imagen adecuada de nuestra empresa

10 Ser capaz de desarrollar todas las fases de una idea de negocio: diseño, plan de viabilidad, ejecución, seguimiento

11 Tener las competencias transversales y específicas necesarias para afrontar con éxito la realidad del periodismo cultural en distintos ámbitos

12 Saber identificar, realizar y desarrollar historias con los diferentes puntos que la engloban, marcados por el rigor y la marca personal

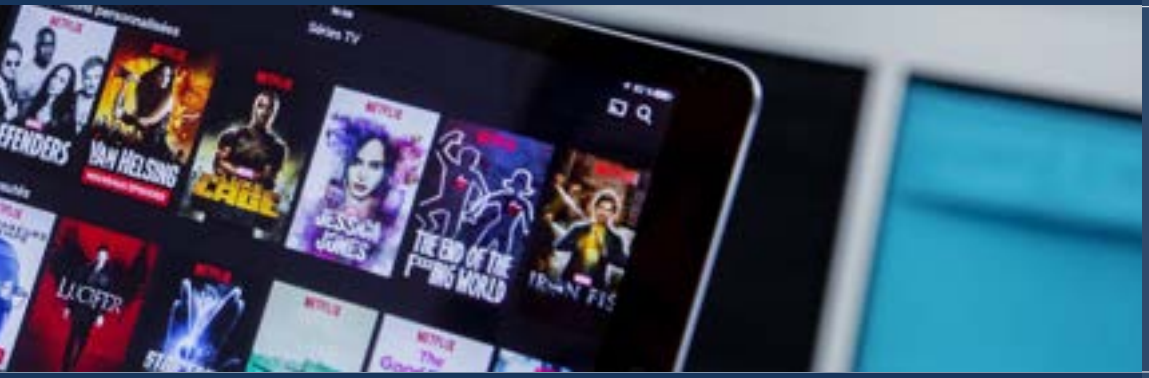
13 Conocer y desarrollar las guías esenciales para llevar a cabo una documentación dentro del periodismo cultural

14 Conocer la base del funcionamiento del sistema audiovisual (fijar contenidos fundamentales, conocer de autores/textos trabajados en cada tema)



15 Adquirir la capacidad de análisis teórico y crítico de las estructuras organizativas de la comunicación audiovisual (comprender las ideas principales, relacionar conceptos y elementos)

16 Conocer el marco jurídico y la legislación que articula el sector de la producción audiovisual y sus repercusiones en los distintos formatos de producción



17 Analizar y diseñar estrategias innovadoras, que contribuyan a la mejora en los procesos de gestión y toma de decisiones, así como al desarrollo de productos informativos en consonancia con las necesidades de públicos y anunciantes

18 Conocer las estrategias de producción ejecutiva en el desarrollo y posterior distribución de proyectos audiovisuales

19 Identificar el diseño de comercialización de una producción audiovisual a través de su repercusión en los distintos medios audiovisuales contemporáneos

20 Reconocer los distintos formatos en el contexto del actual panorama televisivo

05

Competencias

TECH Universidad Tecnológica es consciente de la necesidad de especialización de los profesionales de los negocios en diferentes áreas relacionadas con su actividad y, por ello, ha diseñado este Grand Master en Alta Dirección de la Industria Audiovisual, con el que los alumnos tendrán la oportunidad de desarrollar las competencias precisas que les permitan mejorar en su práctica laboral, siendo más competitivos y aplicando las herramientas más novedosas en el ámbito audiovisual.





Adquiere las competencias necesarias para triunfar en el sector audiovisual"

01 Realizar una gestión global de la empresa, aplicando técnicas de liderazgo que influyan en el rendimiento de los trabajadores, de tal manera que se logren los objetivos de la empresa

02 Formar parte y liderar la estrategia corporativa y competitiva de la empresa

03 Resolver conflictos empresariales y problemas entre los trabajadores

04 Realizar una correcta gestión de equipos que permitan mejorar la productividad y, por tanto, los beneficios de la empresa



05 Llevar a cabo el control económico y financiero de la empresa

06 Controlar los procesos logísticos, así como de compras y aprovisionamiento de la compañía



07 Profundizar en los nuevos modelos de negocios de los sistemas de información

08 Aplicar las estrategias más adecuadas para apostar por el comercio electrónico de los productos de la empresa

09 Elaborar y liderar planes de Marketing

10 Apostar por la innovación en todos los procesos y áreas de la empresa

11 Usar las redes sociales en un entorno periodístico

12 Conocer la composición de los equipos de realización audiovisual

13 Organizar una puesta en escena adecuadas a los objetivos del proyecto audiovisual

14 Planificar acciones narrativas ajustadas a los medios disponibles

15 Dominar las diferentes fases del proyecto audiovisual

16 Conocer y aplicar las estructuras organizativas de la comunicación audiovisual

17 Saber cómo adaptarse a las formas de consumo de cada momento

18 Conocer el código relacional de los distintos agentes de la comunicación audiovisual

19 Describir la evolución histórica de la producción audiovisual

20 Crear productos ajustados a la financiación disponible

21 Planificar la amortización de los productos audiovisuales

22 Realizar un producto audiovisual en los diferentes soportes

06

Estructura y contenido

La especialización de los profesionales del sector audiovisual debe ser constante, para poder ponerse al día sobre las principales novedades en esta industria, pero, sobre todo, para ser capaces de dirigir con éxito este tipo de compañías. Por eso, TECH ha diseñado este completísimo programa, en el que los alumnos encontrarán la información más relevante para poner en práctica durante su etapa laboral. Un programa de gran nivel dirigido a profesionales que buscan la excelencia.





Un completísimo temario que será fundamental para aumentar tu competitividad en la dirección de empresas audiovisuales"

Plan de estudios

El Grand Master en Alta Dirección de la Industria Audiovisual de TECH Universidad Tecnológica es un programa intensivo que prepara a los alumnos para afrontar retos y decisiones empresariales tanto a nivel nacional como internacional. Su contenido está pensado para favorecer el desarrollo de las competencias directivas que permitan la toma de decisiones con un mayor rigor en entornos inciertos.

A lo largo de 3.000 horas de estudio, el alumno analizará multitud de casos prácticos mediante el trabajo individual, logrando un aprendizaje de gran calidad que podrá aplicar, posteriormente, a su práctica diaria. Se trata, por tanto, de una auténtica inmersión en situaciones reales de negocio. .

Este programa trata en profundidad las principales áreas de la empresa audiovisual y está diseñado para que los directivos entiendan la gestión empresarial desde una perspectiva estratégica, internacional e innovadora.

Un plan pensado para los alumnos, enfocado en su mejora profesional y que les prepara para alcanzar la excelencia en el ámbito de la dirección de empresas audiovisuales. Un programa que entiende sus necesidades y las de su empresa mediante un contenido innovador basado en las últimas tendencias, y apoyado por la mejor metodología educativa y un claustro excepcional, que les otorgará competencias para resolver situaciones críticas de forma creativa y eficiente.

Este programa se desarrolla a lo largo de 24 meses y se divide en 18 módulos:

Módulo 1	Liderazgo, ética y RSC
Módulo 2	Dirección estratégica y *Management* directivo
Módulo 3	Dirección de personas y gestión del talento
Módulo 4	Dirección económico-financiera
Módulo 5	Dirección de operaciones y logística
Módulo 6	Dirección de sistemas de información
Módulo 7	Dirección comercial, *Marketing* y comunicación corporativa
Módulo 8	Innovación y dirección de proyectos
Módulo 9	Periodismo cultural
Módulo 10	Teoría y técnica de la realización
Módulo 11	Estructura del sistema audiovisual
Módulo 12	Producción audiovisual
Módulo 13	Realización de ficción y dirección de actores
Módulo 14	Industrias culturales y nuevos modelos de negocios de la comunicación
Módulo 15	Gestión y promoción de productos audiovisuales
Módulo 16	Géneros, formatos y programación en televisión
Módulo 17	El público audiovisual
Módulo 18	Guion de televisión: programas y ficción



¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH te ofrece la posibilidad de desarrollar este programa de manera totalmente online. Durante los 24 meses que dura la capacitación, podrás acceder a todos los contenidos de este programa en cualquier momento, lo que te permitirá autogestionar tú mismo tu tiempo de estudio.

Una experiencia educativa única, clave y decisiva para impulsar tu desarrollo profesional y dar el salto definitivo.

Módulo 1. Liderazgo, ética y RSC

1.1. Globalización y gobernanza
1.1.1. Globalización y tendencias: internacionalización de mercados
1.1.2. Entorno económico y Gobernanza Corporativa
1.1.3. *Accountability* o Rendición de Cuentas

1.2. Liderazgo
1.2.1. Entorno intercultural
1.2.2. Liderazgo y Dirección de Empresas
1.2.3. Roles y responsabilidades directivas

1.3. Ética empresarial
1.3.1. Ética e integridad
1.3.2. Comportamiento ético en las empresas
1.3.3. Deontología, códigos éticos y de conducta
1.3.4. Prevención del fraude y de la corrupción

1.4. Sostenibilidad
1.4.1. Empresa y Desarrollo Sostenible
1.4.2. Impacto social, ambiental y económico
1.4.3. Agenda 2030 y ODS

1.5. Responsabilidad social de la empresa
1.5.1. Responsabilidad Social de las Empresas
1.5.2. Roles y responsabilidades
1.5.3. Implementación de la Responsabilidad Social Corporativa

Módulo 2. Dirección estratégica y *management directivo*

2.1. Análisis y diseño organizacional
2.1.1. Cultura organizacional
2.1.2. Análisis organizacional
2.1.3. Diseño de la estructura organizacional

2.2. Estrategia Corporativa
2.2.1. Estrategia de nivel corporativo
2.2.2. Tipologías de estrategias de nivel corporativo
2.2.3. Determinación de la estrategia corporativa
2.2.4. Estrategia corporativa e imagen reputacional

2.3. Planificación y formulación estratégica
2.3.1. Pensamiento estratégico
2.3.2. Formulación y Planificación Estratégica
2.3.3. Sostenibilidad y Estrategia Corporativa

2.4. Modelos y patrones estratégicos
2.4.1. Riqueza, valor y retorno de las inversiones
2.4.2. Estrategia Corporativa: metodologías
2.4.3. Crecimiento y consolidación de la estrategia corporativa

2.5. Dirección estratégica
2.5.1. Misión, visión y valores estratégicos
2.5.2. *Balanced Scorecard*/Cuadro de Mando
2.5.3. Análisis, monitorización y evaluación de la estrategia corporativa
2.5.4. Dirección estratégica y *Reporting*

2.6. Implantación y ejecución estratégica
2.6.1. Implantación estratégica: objetivos, acciones e impactos
2.6.2. Supervisión y alineación estratégica
2.6.3. Enfoque de mejora continua

2.7. *Management Directivo*
2.7.1. Integración de estrategias funcionales en las estrategias globales de negocio
2.7.2. Política de Gestión y Procesos
2.7.3. *Knowledge Management*

2.8. Análisis y resolución de casos/problemas
2.8.1. Metodología de Resolución de Problemas
2.8.2. Método del Caso
2.8.3. Posicionamiento y toma de decisiones

Módulo 3. Dirección de personas y gestión del talento

3.1. Comportamiento organizacional
3.1.1. Teoría de la organizaciones
3.1.2. Factores claves para el cambio en las organizaciones
3.1.3. Estrategias corporativas, tipologías y gestión del conocimiento

3.2. Dirección estratégica de personas
3.2.1. Diseño de puestos de trabajo, reclutamiento y selección
3.2.2. Plan Estratégico de Recursos Humanos: diseño e implementación
3.2.3. Análisis de puestos de trabajo; diseño y selección de personas
3.2.4. Formación y desarrollo profesional

3.3. Desarrollo directivo y liderazgo
3.3.1. Capacidades directivas: competencias y habilidades del siglo XXI
3.3.2. Habilidades no directivas
3.3.3. Mapa de competencias y habilidades
3.3.4. Liderazgo y dirección de personas

3.4. Gestión del cambio
3.4.1. Análisis del rendimiento
3.4.2. Planteamiento estratégico
3.4.3. Gestión del cambio: factores clave, diseño y gestión de procesos
3.4.4. Enfoque de mejora continua

3.5. Negociación y gestión de conflictos
3.5.1. Objetivos de la negociación: elementos diferenciadores
3.5.2. Técnicas de negociación efectiva
3.5.3. Conflictos: factores y tipologías
3.5.4. Gestión eficiente de conflictos: negociación y comunicación

3.6. Comunicación directiva
3.6.1. Estrategia corporativa y comunicación directiva
3.6.2. Comunicación interna: influencia e impacto
3.6.3. Comunicación interpersonal: habilidades y gestión de equipos

3.7. Gestión de equipos y desempeño de personas
3.7.1. Entorno multicultural y multidisciplinar
3.7.2. Gestión de equipos y de personas
3.7.3. *Coaching* y desempeño de personas
3.7.4. Reuniones directivas: planificación y gestión de tiempos

3.8. Gestión del conocimiento y del talento
3.8.1. Identificación del conocimiento y talento en las organizaciones
3.8.2. Modelos corporativos de gestión del conocimiento y del talento
3.8.3. Creatividad e innovación

Módulo 4. Dirección económico-financiera

4.1. Entorno económico
4.1.1. Teoría de las organizaciones
4.1.2. Factores claves para el cambio en las organizaciones
4.1.3. Estrategias corporativas, tipologías y gestión del conocimiento

4.2. Contabilidad directiva
4.2.1. Marco internacional de Contabilidad
4.2.2. Introducción al ciclo contable
4.2.3. Estados Contables de las Empresas
4.2.4. Análisis de los Estados Contables: toma de decisiones

4.3. Presupuesto y control de gestión
4.3.1. Planificación Presupuestaria
4.3.2. Control de Gestión: diseño y objetivos
4.3.3. Supervisión y *reporting*

4.4. Responsabilidad fiscal de las empresas
4.4.1. Responsabilidad fiscal corporativa
4.4.2. Procedimiento tributario: aproximación a un caso-país

4.5. Sistemas de control de las empresas
4.5.1. Tipologías de Control
4.5.2. Cumplimiento Normativo/*Compliance*
4.5.3. Auditoría Interna
4.5.4. Auditoría Externa

4.6. Dirección financiera
4.6.1. Introducción a la Dirección Financiera
4.6.2. Dirección Financiera y Estrategia Corporativa
4.6.3. Director financiero o *Chief Financial Officer* (CFO): competencias directivas

4.7. Planificación financiera
4.7.1. Modelos de negocio y necesidades de financiación
4.7.2. Herramientas de análisis financiero
4.7.3. Planificación Financiera a corto plazo
4.7.4. Planificación Financiera a largo plazo

4.8. Estrategia financiera corporativa
4.8.1. Inversiones Financieras Corporativas
4.8.2. Crecimiento estratégico: tipologías

4.9. Contexto macroeconómico
4.9.1. Análisis Macroeconómico
4.9.2. Indicadores de coyuntura
4.9.3. Ciclo económico

4.10. Financiación estratégica
4.10.1. Negocio Bancario: entorno actual
4.10.2. Análisis y gestión del riesgo

4.11. Mercados monetarios y de capitales
4.11.1. Mercado de Renta Fija
4.11.2. Mercado de Renta Variable
4.11.3. Valoración de empresas

4.12. Análisis y resolución de casos/problemas
4.12.1. Metodología de Resolución de Problemas
4.12.2. Método del Caso

Módulo 5. Dirección de operaciones y logística

5.1. Dirección de las operaciones
5.1.1. Definir la estrategia de operaciones
5.1.2. Planificación y control de la cadena de suministro
5.1.3. Sistemas de indicadores

5.2. Dirección de compras
5.2.1. Gestión de *Stocks*
5.2.2. Gestión de Almacenes
5.2.3. Gestión de Compras y Aprovisionamiento

5.3. *Supply chain management* (I)
5.3.1. Costes y eficiencia de la cadena de operaciones
5.3.2. Cambio en los patrones de demanda
5.3.3. Cambio en la estrategia de las operaciones

5.4. *Supply chain management* (II). Ejecución
5.4.1. *Lean Manufacturing/Lean Thinking*
5.4.2. Dirección Logística
5.4.3. Compras

5.5. Procesos logísticos
5.5.1. Organización y gestión por procesos
5.5.2. Aprovisionamiento, producción, distribución
5.5.3. Calidad, costes de calidad y herramientas
5.5.4. Servicio posventa

5.6. Logística y clientes
5.6.1. Análisis de demanda y previsión
5.6.2. Previsión y planificación de ventas
5.6.3. *Collaborative Planning Forecasting & Replacement*

5.7. Logística internacional
5.7.1. Aduanas, procesos de exportación e importación
5.7.2. Formas y medios de pago internacional
5.7.3. Plataformas logísticas a nivel internacional

5.8. Competir desde operaciones
5.8.1. La innovación en las operaciones como ventaja competitiva en la empresa
5.8.2. Tecnologías y ciencias emergentes
5.8.3. Sistemas de información en las operaciones

Módulo 6. Dirección de sistemas de información

6.1. Dirección de sistemas de información
6.1.1. Sistemas de información empresarial
6.1.2. Decisiones estratégicas
6.1.3. Rol del CIO

6.2. Tecnologías de la información y estrategia empresarial
6.2.1. Análisis de empresa y sectores industriales
6.2.2. Modelos de negocio basados en internet
6.2.3. El valor de la IT en la empresa

6.3. Planificación estratégica de SI
6.3.1. El proceso de planificación estratégica
6.3.2. Formulación de la estrategia de SI
6.3.3. Plan de implantación de la estrategia

6.4. Sistemas de información y *Business Intelligence*
6.4.1. CRM y *Business Intelligence*
6.4.2. Gestión de Proye ctos de *Business Intelligence*
6.4.3. Arquitectura de *Business Intelligence*

6.5. Nuevos modelos de negocio basados en las TIC
6.5.1. Modelos de negocio de base tecnológica
6.5.2. Capacidades para innovar
6.5.3. Rediseño de los procesos de la cadena de valor

6.6. Comercio electrónico
6.6.1. Plan Estratégico de Comercio Electrónico
6.6.2. Gestión logística y atención al cliente en el comercio electrónico
6.6.3. *E-Commerce* como oportunidad de Internacionalización

6.7. Estrategias de e-Business
6.7.1. Estrategias en *Social Media*
6.7.2. Optimización de canales de servicio y soporte al cliente
6.7.3. Regulación digital

6.8. *Digital Business*
6.8.1. Mobile *e-Commerce*
6.8.2. Diseño y Usabilidad
6.8.3. Operaciones del Comercio Electrónico

Módulo 7. Dirección comercial, Marketing y comunicación corporativa

7.1. Dirección comercial
7.1.1. Dirección de ventas
7.1.2. Estrategia comercial
7.1.3. Técnicas de venta y de negociación
7.1.4. Dirección de equipos de ventas

7.2. Marketing
7.2.1. Marketing e impacto en la empresa
7.2.2. Variables básicas del Marketing
7.2.3. Plan de Marketing

7.3. Gestión estratégica de Marketing
7.3.1. Tendencias actuales en Marketing
7.3.2. Herramientas de Marketing
7.3.3. Estrategia de Marketing y comunicación con los clientes

7. 4. Estrategia de Marketing digital
7.4.1. Aproximación al Marketing Digital
7.4.2. Herramientas de Marketing Digital
7.4.3. *Inbound Marketing* y evolución del Marketing Digital

7.5. Estrategia de ventas y de comunicación
7.5.1. Posicionamiento y promoción
7.5.2. Relaciones Públicas
7.5.3. Estrategia de ventas y de comunicación

7.6. Comunicación corporativa
7.6.1. Comunicación interna y externa
7.6.2. Departamentos de Comunicación
7.6.3. Directivos de Comunicación (DIRCOM): competencias directivas y responsabilidades

7.7. Estrategia de comunicación corporativa
7.7.1. Estrategia Corporativa de Comunicación
7.7.2. Plan de Comunicación
7.7.3. Redacción de Comunicados de Prensa/ Clipping/Publicity

Módulo 8. Innovación y dirección de proyectos

8.1. Innovación
8.1.1. Macro Conceptual de la innovación
8.1.2. Tipologías de innovación
8.1.3. Innovación continua y discontinua
8.1.4. Formación e Innovación

8.2. Estrategia de Innovación
8.2.1. Innovación y estrategia corporativa
8.2.2. Proyecto global de innovación: diseño y gestión
8.2.3. Talleres de innovación

8.3. Diseño y validación del modelo de negocio
8.3.1. Metodología *Lean Startup*
8.3.2. Iniciativa de negocio innovador: etapas
8.3.3. Modalidades de financiación
8.3.4. Herramientas del modelo: mapa de empatía, modelo *canvas* y métricas
8.3.5. Crecimiento y fidelización

8.4. Dirección y gestión de proyectos
8.4.1. Oportunidades de innovación
8.4.2. Estudio de viabilidad y concreción de las propuestas
8.4.3. Definición y diseño de los Proyectos
8.4.4. Ejecución de los Proyectos
8.4.5. Cierre de Proyectos

Módulo 9. Periodismo cultural

9.1. El Periodismo Cultural en los medo convencionales y su integración en el mundo digital
9.1.1. Introducción: el concepto de cultura
9.1.2. La información cultural del arte
9.1.3. La información cultural de las artes escénicas
9.1.4. La información cultural del cine
9.1.5. La información cultural de la música
9.1.6. La información cultural de los libros

9.2. El arte de contar las historias
9.2.1. Introducción
9.2.2. Los orígenes de la información cultural en la prensa
9.2.3. Los orígenes de la información cultural en la radio
9.2.4. Los orígenes de la información cultural en la televisión

9.3. Guías esenciales de documentación periodística cultural
9.3.1. Introducción
9.3.2. Consideraciones generales
9.3.3. Factores de interés y criterios de valoración para la elaboración de la información cultural

9.4. La filosofía 3.0 de la comunicación
9.4.1. Introducción
9.4.2. Fuentes generales de la información cultural
9.4.3. Fuentes específicas de la información audiovisual de la cultura

9.5. Gestión de medios y Redes Sociales
9.5.1. Introducción
9.5.2. Noticia
9.5.3. Entrevista
9.5.4. Crónica
9.5.5. Reportaje

9.6. Contenidos periodísticos interactivos
9.6.1. Introducción
9.6.2. La información cultural en la prensa
9.6.3. La información cultural en la radio
9.6.4. La información cultural en la televisión

9.7. Los paradigmas de la comunicación
9.7.1. Introducción
9.7.2. La cultura e itnternet
9.7.3. Beneficios de la cultura

9.8. Posicionamiento web: SEO, SEM, SMO, SMM, SERM. Contenidos periodísticos especializados
9.8.1. Introducción
9.8.2. Marketing cultural
9.8.3. ¿Cómo se realiza el Marketing cultural?

9.9. Análisis de la cultura
9.9.1. Introducción
9.9.2. Aproximación teórica y metodológica a la cultura
9.9.3. Cultura, comunicación y sentido
9.9.4. Cultura e imaginarios

9.10. Cibercultura y periodismo digital de contenidos culturales
9.10.1. Introducción
9.10.2. Definición de cibercultura
9.10.3. El periodismo digital de contenidos culturales
9.10.4. Claves del periodismo digital de contenidos culturales

Módulo 10. Teoría y técnica de la realización

10.1. La realización como construcción de la obra audiovisual. El equipo de trabajo
10.1.1. Del guion literario al guion técnico o escaleta
10.1.2. El equipo de trabajo

10.2. Los elementos de la puesta en pantalla. Los materiales de la construcción
10.2.1. La preadaptación espacial. Dirección artística
10.2.2. Los elementos de la puesta en pantalla

10.3. La preproducción. Los documentos de la realización
10.3.1. El guion técnico
10.3.2. La planta escenográfica
10.3.3. El *Storyboard*
10.3.4. Planificar
10.3.5. El plan de rodaje

10.4. El valor expresivo del sonido
10.4.1. Tipología de los elementos sonoros
10.4.2. Construcción del espacio sonoro

10.5. El valor expresivo de la luz
10.5.1. Valor expresivo de la luz
10.5.2. Técnicas de iluminación básicas

10.6. Técnicas básicas de rodaje monocámara
10.6.1. Usos y técnicas del rodaje monocámara
10.6.2. El subgénero del *Found Footage*. Cine de ficción y documental
10.6.3. La realización monocámara en televisión

10.7. El montaje
10.7.1. El montaje como ensamblaje. La reconstrucción del espacio-tiempo
10.7.2. Técnicas de montaje no lineal

10.8. Postproducción y etalonaje
10.8.1. Postproducción
10.8.2. Concepto de montaje vertical
10.8.3. Etalonaje

10.9. Los formatos y el equipo de realización
10.9.1. Formatos multicámara
10.9.2. El estudio y el equipo

10.10. Claves, técnicas y rutinas en la realización multicámara
10.10.1. Técnicas multicámara
10.10.2. Algunos formatos habituales

Módulo 11. Estructura del sistema audiovisual

11.1. Una introducción a las Industrias Culturales (I.C.)
11.1.1. Conceptos de cultura. Cultura-Comunicación
11.1.2. Teoría y evolución de las I.C.: tipología y modelos

11.2. Industria cinematográfica I
11.2.1. Características y agentes principales
11.2.2. Estructura del sistema cinematográfico

11.3. Industria cinematográfica II
11.3.1. La industria cinematográfica estadounidense
11.3.2. Las productoras independientes
11.3.3. Problemas y debates en la industria cinematográfica

11.4. Industria cinematográfica III
11.4.1. La regulación cinematográfica: estado y cultura. Políticas de protección y promoción de la cinematografía
11.4.2. Caso de estudio

11.5. Industria televisiva I
11.5.1. La televisión económica
11.5.2. Modelos fundadores
11.5.3. Transformaciones

11.6. Industria televisiva II
11.6.1. La industria televisiva norteamericana
11.6.2. Características principales
11.6.3. La regulación estatal

11.7. Industria televisiva III
11.7.1. La televisión de servicio público en Europa
11.7.2. Crisis y debates

11.8. Los ejes del cambio
11.8.1. Los nuevos procesos en el audiovisual
11.8.2. Debates regulatorios

11.9. Televisión Digital Terrestre (TDT)
11.9.1. Papel del Estado y experiencias
11.9.2. Las nuevas características del sistema televisivo

11.10. Nuevos operadores en el paisaje audiovisual
11.10.1. Plataformas de servicios *Over-the-Top* (OTT)
11.10.2. Consecuencias de su aparición

Módulo 12. Producción audiovisual

12.1. La producción audiovisual
12.1.1. Conceptos de introducción
12.1.2. La industria audiovisual

12.2. El equipo de producción
12.2.1. Los profesionales
12.2.2. El productor y el guion

12.3. El proyecto audiovisual
12.3.1. La gestión de proyectos
12.3.2. Evaluación del proyecto
12.3.3. Presentación de proyectos

12.4. Modalidades de producción y financiación
12.4.1. Financiación de la producción audiovisual
12.4.2. Modos de producción audiovisual
12.4.3. Recursos para la financiación previa

12.5. El equipo de producción y el desglose del guion
12.5.1. El equipo de producción
12.5.2. El desglose del guion

12.6. Los espacios del rodaje
12.6.1. Las localizaciones
12.6.2. Los decorados

12.7. El reparto y los contratos del rodaje
12.7.1. El reparto o *Casting*
12.7.2. La prueba de *Casting*
12.7.3. Contratos, derechos y seguros

12.8. El plan de trabajo y el presupuesto de la obra audiovisual
12.8.1. El plan de trabajo
12.8.2. El presupuesto

12.9. La producción en el rodaje o grabación
12.9.1. La preparación del rodaje
12.9.2. El equipo y los medios del rodaje

12.10. La postproducción y el balance final de la obra audiovisual
12.10.1. El montaje y la postproducción
12.10.2. Balance final y explotación

Módulo 13. Realización de ficción y dirección de actores

13.1. La realización de ficción
13.1.1. Introducción
13.1.2. El proceso y sus herramientas

13.2. Las ópticas y la cámara
13.2.1. Las ópticas y el encuadre
13.2.2. El movimiento de la cámara
13.2.3. La continuidad

13.3. La luz y el color: aspectos teóricos
13.3.1. Exposición
13.3.2. Teoría del color

13.4. La iluminación en el cine
13.4.1. Herramientas
13.4.2. La iluminación como narrativa

13.5. El color y las ópticas
13.5.1. El control del color
13.5.2. Las ópticas
13.5.3. El control de la imagen

13.6. El trabajo en el rodaje
13.6.1. La lista de planos
13.6.2. El equipo y sus funciones

13.7. Cuestiones técnicas para la dirección de cine
13.7.1. Los recursos de la técnica

13.8. La visión de los directores
13.8.1. Los directores toman la palabra

13.9. Transformaciones digitales
13.9.1. Transformaciones analógico-digitales en la fotografía cinematográfica
13.9.2. El reinado de la posproducción digital

13.10. Dirección de actores
13.10.1. Introducción
13.10.2. Principales métodos y técnicas
13.10.3. El trabajo con los actores

Módulo 14. Industrias culturales y nuevos modelos de negocios de la comunicación

14.1. Los conceptos de cultura, economía, comunicación, tecnología, IC
14.1.1. Cultura, Economía, Comunicación
14.1.2. Las Industrias Culturales

14.2. Tecnología, comunicación y cultura
14.2.1. La cultura artesanal mercantilizada
14.2.2. Del espectáculo en vivo a las artes plásticas
14.2.3. Museos y patrimonio

14.3. Los grandes sectores de las Industrias Culturales
14.3.1. Los productos editoriales
14.3.2. Las I.C. de flujo
14.3.3. Los modelos híbridos

14.4. La Era Digital en las Industrias Culturales
14.4.1. Las Industrias Culturales Digitales
14.4.2. Nuevos modelos en la Era Digital

14.5. Medios digitales y medios de comunicación en la era digital
14.5.1. El negocio de la prensa online
14.5.2. La radio en el entorno digital
14.5.3. Particularidades de los medios de comunicación en la era digital

14.6. La globalización y la diversidad en la Cultura
14.6.1. Concentración, internacionalización y globalización de las Industrias Culturales
14.6.2. La lucha por la diversidad cultural

14.7. Las Políticas Culturales y de Cooperación
14.7.1. Políticas culturales
14.7.2. El papel de los Estados y de las regiones de países

14.8. La diversidad musical en la nube
14.8.1. El sector de la música hoy en día
14.8.2. La nube
14.8.3. Iniciativas latino/iberoamericanas

14.9. Diversidad en la industria audiovisual
14.9.1. Del pluralismo a la diversidad
14.9.2. Diversidad, cultura y comunicación
14.9.3. Conclusiones y propuestas

14.10. Diversidad Audiovisual en Internet
14.10.1. El sistema audiovisual en la era de internet
14.10.2. La oferta televisiva y la diversidad
14.10.3. Conclusiones

Módulo 15. Gestión y promoción de productos audiovisuales

15.1. La distribución audiovisual
15.1.1. Introducción
15.1.2. Los actores de la distribución
15.1.3. Los productos de la comercialización
15.1.4. Los ámbitos de la distribución audiovisual
15.1.5. Distribución nacional
15.1.6. Distribución internacional

15.2. La empresa de distribución
15.2.1. La estructura organizativa
15.2.2. La negociación del contrato de distribución
15.2.3. Los clientes internacionales

15.3. Ventanas de explotación, contratos y ventas internacionales
15.3.1. Ventanas de explotación
15.3.2. Contratos de distribución internacional
15.3.3. Las ventas internacionales

15.4. Marketing cinematográfico
15.4.1. Marketing en el cine
15.4.2. La cadena de valor de la producción cinematográfica
15.4.3. Los medios publicitarios al servicio de la promoción
15.4.4. Las herramientas para el lanzamiento

15.5. La investigación de mercado en el cine
15.5.1. Introducción
15.5.2. Fase de preproducción
15.5.3. Fase de postproducción
15.5.4. Fase de comercialización

15.6. Redes sociales y promoción cinematográfica
15.6.1. Introducción
15.6.2. Promesas y límites de las redes sociales
15.6.3. Los objetivos y su medición
15.6.4. Calendario de promoción y estrategias
15.6.5. Interpretar lo que dicen las redes

15.7. La distribución audiovisual en internet I
15.7.1. El nuevo mundo de la distribución audiovisual
15.7.2. El proceso de la distribución en internet
15.7.3. Los productos y las posibilidades en el nuevo escenario
15.7.4. Nuevos modos de distribución

15.8. La distribución audiovisual en internet II
15.8.1. Claves del nuevo escenario
15.8.2. Los peligros de la distribución en internet
15.8.3. El Video *On Demand* (VOD) como nueva ventana de distribución

15.9. Nuevos espacios para la distribución
15.9.1. Introducción
15.9.2. La revolución *Netflix*

15.10. Los festivales de cine
15.10.1. Introducción
15.10.2. El papel de los festivales de cine en la distribución y exhibición

Módulo 16. Géneros, formatos y programación en televisión

16.1. El género en televisión
16.1.1. Introducción
16.1.2. Los géneros de la televisión

16.2. El formato en televisión
16.2.1. Aproximación al concepto de formato
16.2.2. Los formatos de la televisión

16.3. Crear televisión
16.3.1. El proceso creativo en entretenimiento
16.3.2. El proceso creativo en ficción

16.4. Evolución de los formatos en el mercado internacional actual I
16.4.1. La consolidación del formato
16.4.2. El formato de la telerrealidad
16.4.3. Novedades en *Reality TV*
16.4.4. Televisión Digital Terrestre y crisis financiera

16.5. Evolución de los formatos en el mercado internacional actual II
16.5.1. Los mercados emergentes
16.5.2. Marcas globales
16.5.3. La televisión se reinventa
16.5.4. La era de la globalización

16.6. Vender el formato. El *Pitching*
16.6.1. Venta de un formato televisivo
16.6.2. El *Pitching*

16.7. Introducción a la programación televisiva
16.7.1. La función de la programación
16.7.2. Factores que inciden en la programación

16.8. Los modelos de programación televisiva
16.8.1. Estados Unidos y Reino Unido
16.8.2. España

16.9. El ejercicio profesional de la programación televisiva
16.9.1. El departamento de programación
16.9.2. Programar para televisión

16.10. El estudio de las audiencias
16.10.1. Investigación de la audiencia en televisión
16.10.2. Conceptos e índices de audiencia

Módulo 17. El público audiovisual

17.1. Las audiencias en los medios audiovisuales
17.1.1. Introducción
17.1.2. La constitución de las audiencias

17.2. El estudio de las audiencias: las tradiciones I
17.2.1. Teoría de los efectos
17.2.2. Teoría de usos y gratificaciones
17.2.3. Los estudios culturales

17.3. El estudio de las audiencias: las tradiciones II
17.3.1. Estudios sobre la recepción
17.3.2. Las audiencias hacia los estudios humanistas

17.4. Las audiencias desde una perspectiva económica
17.4.1. Introducción
17.4.2. La medición de las audiencias

17.5. Las teorías de la recepción
17.5.1. Introducción a las teorías de la recepción
17.5.2. Aproximación histórica a los estudios de la recepción

17.6. Las audiencias en el mundo digital
17.6.1. Entorno digital
17.6.2. Comunicación y cultura de la convergencia
17.6.3. El carácter activo de las audiencias
17.6.4. Interactividad y participación
17.6.5. La transnacionalidad de las audiencias
17.6.6. La autonomía de las audiencias

17.7. Audiencias: las preguntas esenciales I
17.7.1. Introducción
17.7.2. ¿Quiénes son?
17.7.3. ¿Por qué consumen?

17.8. Audiencias: las preguntas esenciales II
17.8.1. ¿Qué consumen?
17.8.2. ¿Cómo consumen?
17.8.3. ¿Con qué efectos?

17.9. El modelo del *Engagement* I
17.9.1. El engagement como metadimensión del comportamiento de las audiencias
17.9.2. La compleja valoración del *Engagement*

17.10. El modelo del *Engagement* II
17.10.1. Introducción. Las dimensiones del *Engagement*
17.10.2. El *Engagement* y las experiencias de los usuarios
17.10.3. El *Engagement* como respuesta emocional de las audiencias
17.10.4. El *Engagement* como resultado de cognición humana
17.10.5. Los comportamientos observables de las audiencias como expresión del *Engagement*

Módulo 18. Guion de televisión: programas y ficción

18.1. Narrativa televisiva
18.1.1. Conceptos y límites
18.1.2. Códigos y estructuras

18.2. Categorías narrativas en televisión
18.2.1. La enunciación
18.2.2. Personajes
18.2.3. Acciones y transformaciones
18.2.4. El espacio
18.2.5. El tiempo

18.3. Géneros y formatos televisivos
18.3.1. Unidades narrativas
18.3.2. Géneros y formatos televisivos

18.4. Formatos de ficción
18.4.1. La ficción televisiva
18.4.2. La comedia de situación
18.4.3. Las series dramáticas
18.4.4. La telenovela
18.4.5. Otros formatos

18.5. El guion de ficción en televisión
18.5.1. Introducción
18.5.2. La técnica

18.6. El drama en televisión
18.6.1. La serie dramática
18.6.2. La telenovela

18.7. Las series de comedia
18.7.1. Introducción
18.7.2. La sitcom

18.8. El guion de entretenimiento
18.8.1. El guion paso a paso
18.8.2. Escribir para decir

18.9. Escritura del guion de entretenimiento
18.9.1. Reunión de guion
18.9.2. Guion técnico
18.9.3. Desglose de producción
18.9.4. La escaleta

18.10. Diseño del guion de entretenimiento
18.10.1. Magacín
18.10.2. Programa de humor
18.10.3. Fases del ciclo contable
18.10.4. *Talent Show*
18.10.5. Documental
18.10.6. Otros formatos



08

Perfil de nuestros alumnos

El perfil de los alumnos de TECH Universidad Tecnológica es el de profesionales con amplia capacitación y experiencia, que entienden la importancia de continuar con sus estudios durante su faceta laboral. En este caso concreto, se trata de profesionales con conocimientos previos en la dirección de empresas, que quieren ampliar su ámbito de actuación hacia la industria audiovisual, y lo conseguirán a través de un plan de estudios de gran calidad.



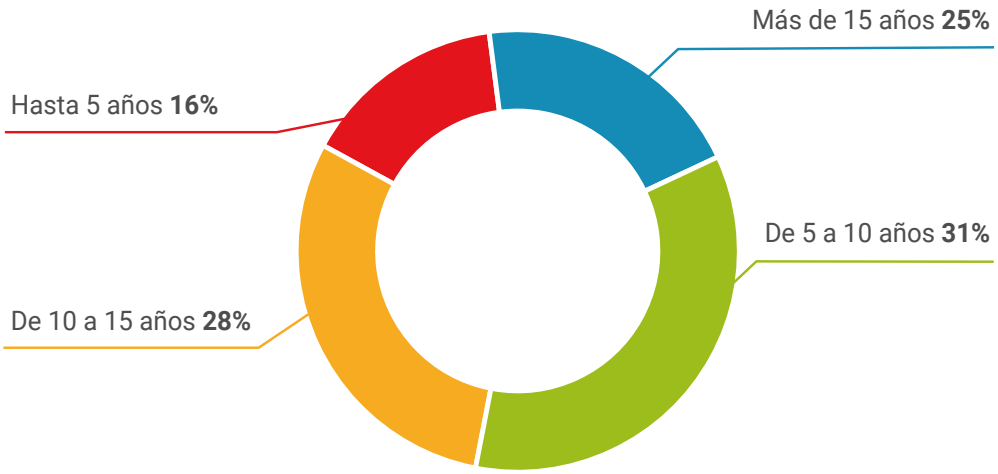


Este programa está dirigido a personas interesadas en mejorar su empleabilidad gracias a planes de estudios de primer nivel"

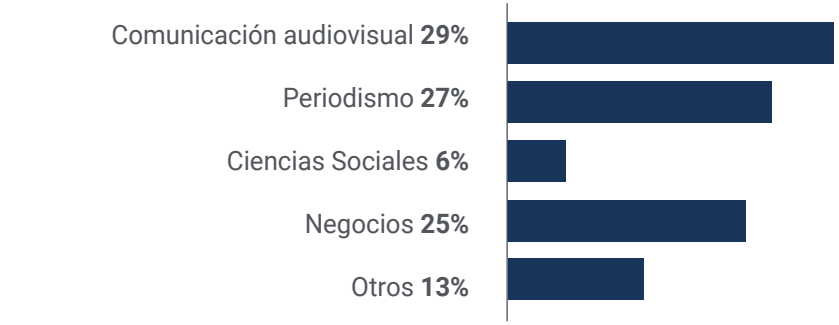
Edad media

Entre **35** y **45** años

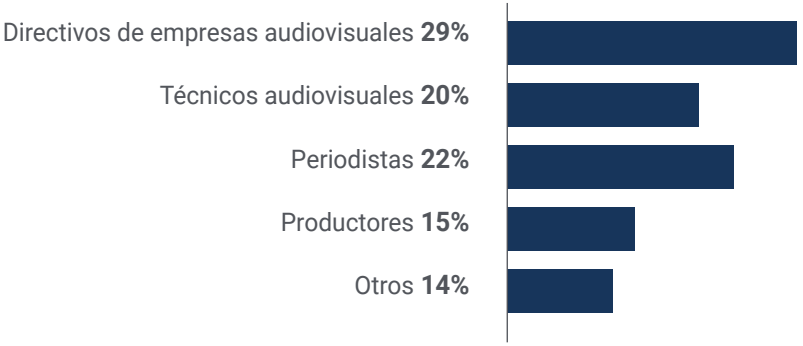
Años de experiencia



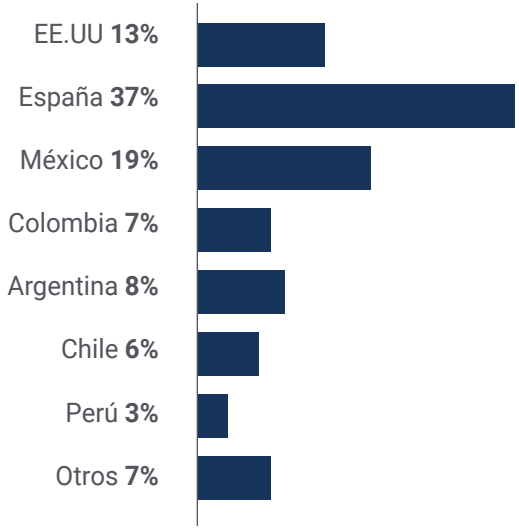
Formación



Perfil académico



Distribución geográfica





Martín Rodríguez

Director de una empresa audiovisual

"Este programa me ha permitido ponerme al día en un sector de gran relevancia en la actualidad y en el que llevaba tiempo pensando introducirme. Por suerte, los conocimientos adquiridos en este Grand Master me han dado el impulso necesario para emprender y crear mi propia empresa. Un paso que no hubiera dado sin TECH"

09

Dirección del curso

El personal docente a cargo de la elaboración de este Grand Master ha sido seleccionado minuciosamente por TECH dadas sus altas capacidades en la dirección, gestión y liderazgo en el mundo de la Industria Audiovisual. Los alumnos accederán a un contenido creado por profesionales con una amplia experiencia en el sector que, además, comparten los secretos y métodos de trabajo más eficaces para poder alcanzar la cima de la dirección audiovisual con unas competencias perfeccionadas al máximo.





Aprovecha el conocimiento y amplia trayectoria profesional de un cuadro docente polifacético y multidisciplinar en el mundo de la Industria Audiovisual”

Dirección



D. Ledesma Carrillo, Carlos Atxoña

- Responsable del Área Internacional / Legal en Transporte Interurbanos de Tenerife S.A.U
- Legal manager en Avalon Biz Consulting
- Formador Rgpd en ESFOCC Escuela Superior de Formación y Cualificación de Canarias
- Asesor jurídico en Transportes Interurbanos de Tenerife S.A.U
- Licenciado en derecho en la Universidad de La Laguna
- Experto en gestión laboral por la Escuela Europea de Dirección y Empresa. Madrid
- Diplomado en Gestión del Conocimiento de la Empresa por la Universidad Rey Juan Carlos I
- MBA Máster En Administración Y Dirección De Empresas en la Universidad Europea de Canarias

Profesores

D. González, Alexis

- Director Financiero de la entidad bancaria Cajasiete en Tenerife, Islas Canarias
- Cofundador del Club de Inversión de Bolsa de la Facultad de Empresariales
- Licenciado en Dirección y Administración de Empresas por la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria
- Diplomado en Ciencias Empresariales por la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria
- Máster en Tributación y Asesoría Fiscal por el Centro de Estudios Financieros en colaboración con la Asociación Española de Asesores Fiscales
- Executive Máster en Dirección Financiera y Finanzas Avanzadas por el Instituto Superior en Técnicas y Prácticas Bancarias
- Experto en Planificación Financiera y Control de Gestión en Banca por Analistas Financieros Internacionales (AFI)
- Experto en Desarrollo Directivo en Gestión de Carteras por Analistas Financieros Internacionales


OCATION

09

Impacto para tu carrera

Este programa de TECH es totalmente indispensable para todos aquellos profesionales de los negocios que deseen dar un giro a su carrera, especializándose en un área compleja y de gran intensidad como son las empresas audiovisuales. Un Grand Master que incluye los aspectos más relevantes en esta área, y que marcará un plus de calidad en el CV de los alumnos. Sin duda, la oportunidad que esperaban para mejorar en su carrera.





Gracias a este programa aprenderás a gestionar con éxito las empresas audiovisuales”

¿Estás preparado para dar el salto?
Una excelente mejora profesional te espera

El Grand Master Alta Dirección de la Industria Audiovisual de TECH Universidad Tecnológica es un programa intensivo que prepara a los alumnos para afrontar retos y decisiones empresariales, tanto a nivel nacional como internacional. Su objetivo principal es favorecer el crecimiento personal y profesional. Ayudarles a conseguir el éxito.

Por ello, quienes deseen superarse a sí mismos, conseguir un cambio positivo a nivel profesional y relacionarse con los mejores, encontrarán su sitio en TECH.

Generar un cambio positivo

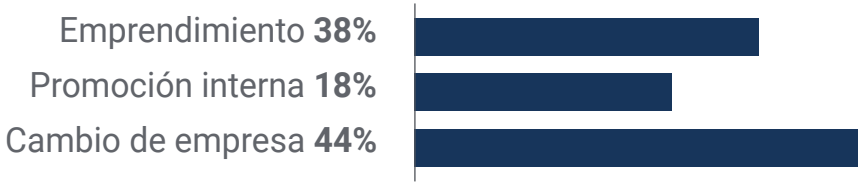
Un amplio porcentaje de nuestros alumnos alcanza el éxito laboral tras estudiar con nosotros.

Si quieres lograr un cambio positivo en tu profesión, no dejes pasar la oportunidad de especializarte en TECH.

Momento del cambio



Tipo de cambio



Mejora salarial

La realización de este programa supone para nuestros alumnos un incremento salarial de más del **25%**

Salario previo	Incremento salarial del	Salario posterior
57.900 €	**25,22%**	**72.500 €**

10

Beneficios para tu empresa

Este programa de TECH ha sido diseñado pensando en las necesidades de capacitación de los profesionales de los negocios en la alta dirección de empresas audiovisuales, pero también en lo que podrán aportar los alumnos a las compañías en las que trabajen. Por ello, no solo supondrá una ventaja competitiva para el propio alumno, dotándolo de mayor empleabilidad, sino también para las empresas, en las que podrá aportar toda su valía y conocimiento.





Aporta a las empresas audiovisuales en las que trabajes un nuevo modelo de dirección y gestión, más actual, más competitivo"

Desarrollar y retener el talento en las empresas es la mejor inversión a largo plazo.

01

Crecimiento del talento y del capital intelectual

El directivo aportará a la empresa nuevos conceptos, estrategias y perspectivas que pueden provocar cambios relevantes en la organización.

02

Retención de directivos de alto potencial evitando la fuga de talentos

Este programa refuerza el vínculo de la empresa con el directivo y abre nuevas vías de crecimiento profesional dentro de la misma.

03

Construcción de agentes de cambio

El directivo será capaz de tomar decisiones en momentos de incertidumbre y crisis, ayudando a la organización a superar los obstáculos.

04

Incremento de las posibilidades de expansión internacional

Gracias a este programa, la empresa entrará en contacto con los principales mercados de la economía mundial.



05

Desarrollo de proyectos propios

El directivo podrá trabajar en un proyecto real o desarrollar nuevos proyectos en el ámbito de I+D o de Desarrollo de Negocio de su compañía.

06

Aumento de la competitividad

Este Grand Master dotará a los alumnos de las competencias necesarias para asumir los nuevos desafíos e impulsar así la organización.

11

Titulación

El Grand Master en Alta Dirección de la Industria Audiovisual garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Grand Master expedido por TECH Universidad Tecnológica.





La realización de este Grand Master te permitirá acceder a una titulación de alto nivel que será indispensable para mejorar tu empleabilidad”

Este **Grand Master en Alta Dirección de la Industria Audiovisual** contiene el programa más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de la evaluación, el alumno, recibirá por correo postal* con acuse de recibo su correspondiente título de **Grand Master** emitido por **TECH Universidad Tecnológica.**

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

Título: **Grand Master en Alta Dirección de la Industria Audiovisual**

N.º Horas Oficiales: **3.000 h.**


tech universidad tecnológica

Otorga la presente

CONSTANCIA

a

C. _____, con documento de identificación nº_____

Por haber superado con éxito y acreditado el programa de

GRAND MASTER

en

Alta Dirección de la Industria Audiovisual

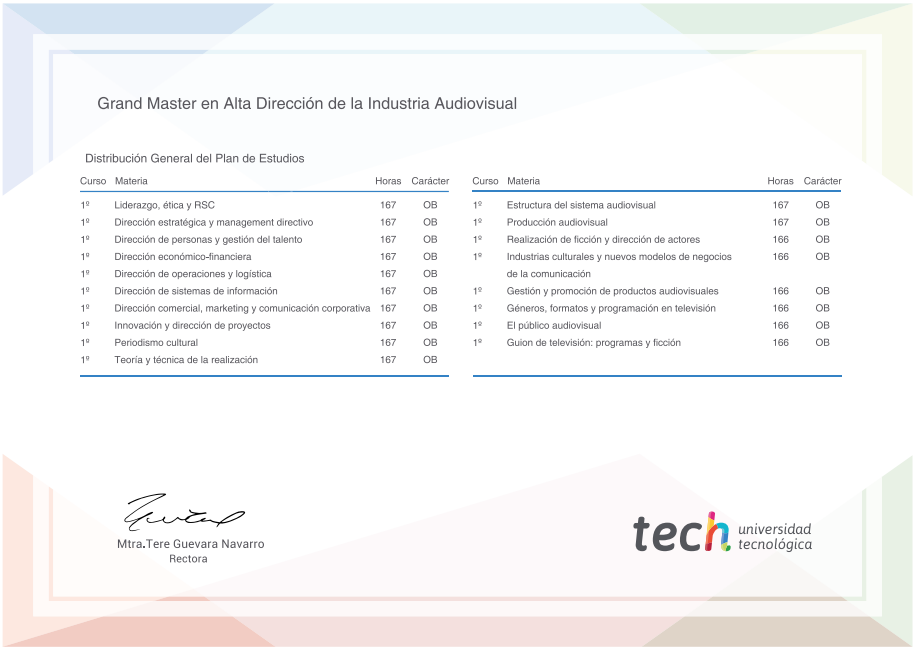
Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 3.000 horas, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

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: AFW0R23S techtitute.com/titulos


Grand Master en Alta Dirección de la Industria Audiovisual

Distribución General del Plan de Estudios

Curso	Materia	Horas	Carácter
1º	Liderazgo, ética y RSC	167	OB
1º	Dirección estratégica y management directivo	167	OB
1º	Dirección de personas y gestión del talento	167	OB
1º	Dirección económico-financiera	167	OB
1º	Dirección de operaciones y logística	167	OB
1º	Dirección de sistemas de información	167	OB
1º	Dirección comercial, marketing y comunicación corporativa	167	OB
1º	Innovación y dirección de proyectos	167	OB
1º	Periodismo cultural	167	OB
1º	Teoría y técnica de la realización	167	OB
1º	Estructura del sistema audiovisual	167	OB
1º	Producción audiovisual	167	OB
1º	Realización de ficción y dirección de actores	166	OB
1º	Industrias culturales y nuevos modelos de negocios de la comunicación	166	OB
1º	Gestión y promoción de productos audiovisuales	166	OB
1º	Géneros, formatos y programación en televisión	166	OB
1º	El público audiovisual	166	OB
1º	Guion de televisión: programas y ficción	166	OB

Mtra. Tere Guevara Navarro
Rectora

tech universidad tecnológica

*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH EDUCATION realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.

tech universidad tecnológica

Grand Master
Alta Dirección de la Industria Audiovisual

Idioma: **Español**
Modalidad: **Online**
Duración: **24 meses**
Acreditación: **TECH Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **3.000 h.**

Grand Master

Alta Dirección de la Industria Audiovisual



tech universidad tecnológica