Grand Master

Alta Dirección de la Industria Audiovisual



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Grand Master
Alta Dirección de la Industria Audiovisual

Modalidad: **Online**
Duración: **2 años**
Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **3.000 h.**
Acceso web: **www.techtitute.com/periodismo-comunicacion/grand-master/grand-master-alta-direccion-industria-audiovisual**

Índice

01 Presentación — pág. 4

02 Objetivos — pág. 8

03 Competencias — pág. 12

04 Dirección del curso — pág. 16

05 Estructura y contenido — pág. 20

06 Metodología — pág. 34

07 Titulación — pág. 40

01

Presentación

La Industria Audiovisual ha vivido un gran crecimiento en las últimas décadas. Nuevas herramientas digitales y nuevos formatos han llegado para revolucionar el sector y, aunque parezca que está todo hecho, la innovación sigue siendo la base de un área que cada día sorprende al público con nuevas producciones. El valor añadido que aporta esta industria a la sociedad hace que sea necesario contar con profesionales con gran experiencia y cualificación en el ámbito de la dirección de este tipo de compañías, que logren convertirse en referentes del trabajo bien hecho. Pero, hasta llegar a este punto, es preciso realizar un recorrido académico que permita a los profesionales del periodismo desarrollar las destrezas y habilidades propias para manejarse con éxito en estos puestos de responsabilidad. Y eso es lo que pretende TECH ofreciendo a sus alumnos programas como este, en el que encontrarán la información más relevante y actualizada del mercado en este campo.





Especialízate en la Alta Dirección de la Industria Audiovisual y domina la gestión de este tipo de compañías hasta lograr que alcancen el reconocimiento deseado”

La Industria Audiovisual es una de las más importantes a nivel cultural, puesto que, de una manera u otra, es consumida por prácticamente la totalidad de los ciudadanos, con el consiguiente aporte que eso supone para las economías mundiales. En el ámbito del periodismo, el sector audiovisual adquiere una gran relevancia, en tanto que la unión de imagen y el sonido hacen llegar al público el mensaje de una manera más eficaz. La Alta Dirección en este campo se configura como un elemento imprescindible para lograr llevar a las empresas al éxito. Por ello, la especialización superior de los periodistas en este campo es igualmente relevante, motivo por el cual TECH ha diseñado este completísimo programa académico.

Con este planteamiento, el temario recorre los conceptos principales de la Industria Audiovisual y Cultural, estudiando acerca del Periodismo Cultural y su manera de trabajar. La parte técnica también adquiere un apartado relevante en este programa, centrada en la realización de los proyectos, llevando al alumno desde la idea hasta la puesta en escena. Una oportunidad única para aprender la estructura del sistema audiovisual y la producción de este tipo de contenidos, al mismo tiempo que se estudian los nuevos géneros y formatos que se están utilizando en televisión. Pero, además, para adquirir las habilidades precisas de un Alto Directivo, el temario se complementa con los conceptos más actualizados sobre la Dirección de Negocios, lo que será un plus para los periodistas que llevan tiempo en puesto de responsabilidad y que quieren actualizar sus conocimientos o que, simplemente, desean acceder por primera vez a este tipo de trabajos.

Así mismo, una de las principales ventajas de este programa es que se cursará de manera 100% online, sin necesidad de traslados ni horarios específicos, por lo que será el propio alumno el que pueda autogestionar su estudio, planificando sus horarios y ritmo de aprendizaje, lo que será de gran utilidad para poder compaginarlo con el resto de sus obligaciones diarias.

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

- El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Periodismo
- Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que están concebidos recogen una información científica y práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- Su especial hincapié en metodologías innovadoras en la dirección de Industrias Audiovisuales
- Las lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet

La multitud de recursos prácticos de este programa te ayudarán a afianzar los conocimientos teóricos”

TECH pone a tu disposición la metodología didáctica más novedosa del panorama académico actual”

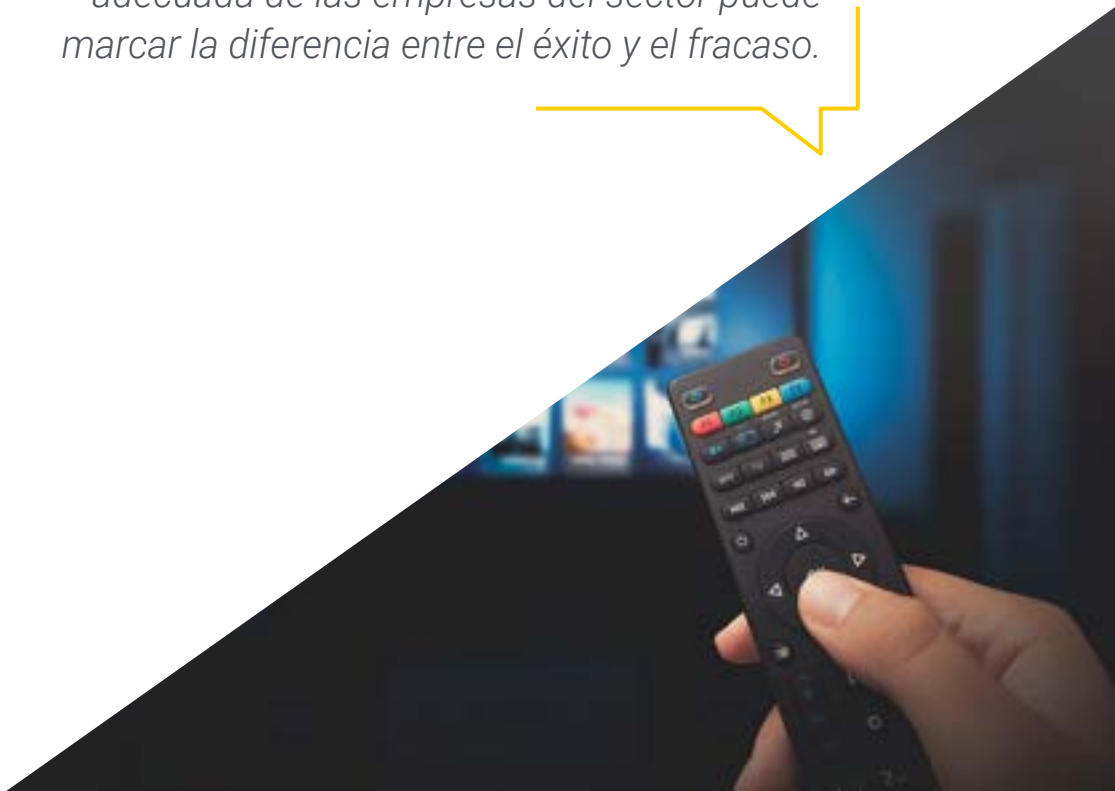
Un programa 100% online con el que podrás estudiar a cualquier hora y desde cualquier lugar del mundo.

La Industria Audiovisual aporta un gran valor al tejido empresarial, por lo que la gestión adecuada de las empresas del sector puede marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso.

Incluye en su cuadro docente, a profesionales pertenecientes al ámbito del Periodismo, que vierten en este programa 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 un estudio inmersivo programado para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el alumno deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen a lo largo del programa. Para ello, el profesional contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos.



02

Objetivos

Este Grand Master en Alta Dirección de la Industria Audiovisual de TECH ha sido diseñado con el principal objetivo de ofrecer a los profesionales del periodismo las herramientas específicas que puedan aplicar en su práctica diaria, logrando una capacitación superior que será fundamental para su desarrollo profesional. Sin duda, una oportunidad única de estudio que marcará un antes y un después en su carrera, mejorando sus opciones de empleabilidad y ascenso profesional.





Un Grand Master absolutamente novedoso que marcará un antes y un después en tu capacitación"

Objetivos generales

- Desarrollar habilidades de liderazgo apropiadas para la gestión empresarial
- Conocer y saber gestionar las áreas económico-financieras de la empresa
- Ampliar el conocimiento y la información al alumno con un mayor nivel de profundización en el ámbito del periodismo, aunque, más concretamente dentro del campo de Gestión de la Industria Audiovisual
- Aprender a realizar unas funciones de este campo en un entorno especializado y profesional

Un programa de especialización que te permitirá adentrarte en la alta dirección en la industria audiovisual"



Objetivos específicos

- Definir las últimas tendencias en Gestión Empresarial, atendiendo al Entorno Globalizado que rige los criterios de la Alta Dirección
- Desarrollar las principales habilidades de liderazgo que deben definir a los profesionales en activo
- Elaborar estrategias para llevar a cabo la toma de decisiones en un entorno complejo e inestable
- Crear Estrategias Corporativas que marquen el Guion que debe seguir la empresa para ser más competitiva y lograr sus propios objetivos
- Desarrollar las competencias esenciales para Dirigir Estratégicamente la Actividad Empresarial
- Tener las competencias transversales y específicas necesarias para afrontar con éxito la realidad del Periodismo Cultural en distintos ámbitos
- Adquirir la capacidad de Planificar Secuencias Narrativas y Documentales en función de los medios disponibles
- Aprender la naturaleza e interrelaciones entre los sujetos de la Comunicación Audiovisual: Autores, Instituciones, Empresas, Medios, Soportes y Receptores
- Conocer los Orígenes Históricos de la Producción Audiovisual y su evolución en la Sociedad Contemporánea
- Identificar los conceptos teóricos que definen los Procesos de Producción de las Obras Audiovisuales
- Proporcionar al alumno los fundamentos teóricos y técnicos, así como las habilidades instrumentales para afrontar, desde el punto de vista narrativo y estético, la realización de ficción audiovisual, en diferentes soportes y tecnologías
- Estudiar las Transformaciones acontecidas en las Industrias Culturales en la oferta y el consumo en las Redes Digitales, en sus Aspectos Económicos, Políticos y Socioculturales
- Conocer los conceptos fundamentales que rigen la Distribución, la Comercialización y la Difusión de un Producto Audiovisual en la Sociedad Contemporánea
- Saber interpretar, analizar y comentar un Formato Televisivo desde una Perspectiva Profesional, Estética y Cultural
- Comprender las Transformaciones derivadas de la Digitalización en la Industria Audiovisual
- Entender del Proceso Creativo e Industrial en la Elaboración de un Guion de Ficción para Televisión

03

Competencias

Continuar con los estudios durante la faceta laboral es imprescindible para actualizar los conocimientos y desarrollar las habilidades necesarias que permitirán a los profesionales manejarse con éxito en diferentes ramas profesionales. En puestos directivos la mejora de la cualificación es casi una obligación, al tener el profesional mayor responsabilidad. Este programa permitirá a los periodistas adquirir las destrezas y competencias específicas para dirigir con éxito empresas audiovisuales, logrando la capacitación necesaria para trabajar con mayor seguridad y efectividad.





Logra la mejora profesional que deseas ampliando tu capacitación en este campo”

Competencias generales

- Controlar los diferentes departamentos de la empresa para lograr cumplir con los objetivos comunes de la compañía
- Gestionar de manera adecuada los recursos humanos de la empresa
- Desarrollar la gestión global de un proyecto de comunicación audiovisual en todas y cada una de sus facetas con completo control de los diferentes agentes y procesos que intervienen en él
- Aplicar las estrategias más propias para favorecer el Crecimiento de la Empresa Audiovisual

Desarrolla las destrezas necesarias para dirigir con éxito Empresas Audiovisuales”



Competencias específicas

- 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
- Formar parte y liderar la Estrategia Corporativa y Competitiva de la Empresa
- Resolver conflictos empresariales y problemas entre los trabajadores
- Realizar una correcta Gestión de Equipos que permitan mejorar la productividad y, por tanto, los beneficios de la empresa
- Llevar a cabo el Control Económico y Financiero de la Empresa
- Controlar los Procesos Logísticos, así como de Compras y Aprovisionamiento de la Compañía
- Profundizar en los Nuevos Modelos de Negocios de los Sistemas de Información
- Aplicar las Estrategias más adecuadas para apostar por el Comercio Electrónico de los Productos de la Empresa
- Elaborar y Liderar Planes de Marketing
- Apostar por la Innovación en todos los procesos y áreas de la Empresa
- Usar las Redes Sociales en un Entorno Periodístico
- Conocer la Composición de los Equipos de Realización Audiovisual
- Organizar una Puesta en Escena adecuadas a los Objetivos del Proyecto Audiovisual
- Planificar Acciones Narrativas ajustadas los Medios Disponibles
- Dominar las diferentes Fases del Proyecto Audiovisual
- Conocer y aplicar las Estructuras Organizativas de la Comunicación Audiovisual
- Saber cómo adaptarse a las Formas de Consumo de cada momento
- Conocer el Código Relacional de los distintos agentes de la Comunicación Audiovisual
- Describir la Evolución Histórica de la Producción Audiovisual
- Crear Productos Ajustados a la Financiación Disponible
- Planificar la Amortización de los Productos Audiovisuales
- Realizar un Producto Audiovisual en los diferentes Soportes

04

Dirección del curso

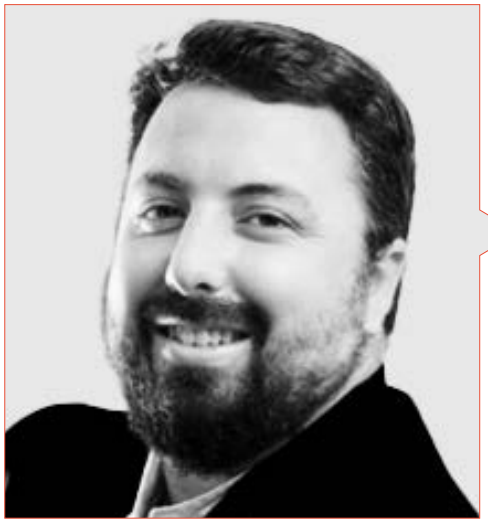
El cuadro docente seleccionado elegido para el desarrollo de este programa, consta de un grupo de profesionales altamente cualificados que entienden la necesidad de capacitación de los alumnos para aumentar su competitividad en el mercado laboral. De esta forma, juntan sus múltiples años de experiencia en beneficio de la capacitación académica de los futuros egresados interesados en impulsar sus capacidades de liderazgo y dirección.





TECH te acerca a profesionales en activo que vierten en este MBA la experiencia de sus años al frente de empresas de prestigio"

Dirección



D. Ledesma Carrillo, Carlos Atxoña

- Responsable del Área Internacional / Legal en Transporte Interurbanos de Tenerife SAU
- 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 SAU
- 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



04

Estructura y contenido

El plan de estudios de este programa ha sido diseñado pensando en las necesidades académicas de los profesionales del periodismo en el ámbito de la Dirección de Empresas Audiovisuales. Un completísimo temario que abarca cuestiones fundamentales de *Business Administration*, pero también los aspectos más relevantes de la Industria Audiovisual. Sin duda, un Grand Master de gran valor para quienes deseen especializarse en este campo y dar un salto cualitativo a su carrera.





El mejor programa del mercado sobre Alta Dirección de Empresas Audiovisuales"

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. CulturaOrganizacional
- 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 Organizaciónes
- 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. Dirección de Personas y Alineación Estratégica
- 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 Organizacional
- 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. Fuentes de la Innovación
- 7.3.2. Tendencias actuales en Marketing
- 7.3.3. Herramientas de Marketing
- 7.3.4. 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. Concepto y delimitaciones del Periodismo Cultural
- 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. Los orígenes del Periodismo Cultural
- 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. La Práctica del Periodismo 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. Las Fuentes del Periodismo Cultural
- 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. Los Géneros en la Información Cultural
- 9.5.1. Introducción
- 9.5.2. Noticia
- 9.5.3. Entrevista
- 9.5.4. Crónica
- 9.5.5. Reportaje

9.6. La Diversificación Actual de la Información Cultural en Prensa, Radio y Televisión
- 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. Cultura e Internet
- 9.7.1. Introducción
- 9.7.2. La cultura e Internet
- 9.7.3. Beneficios de la Cultura

9.8. Marketing Cultural
- 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 Sonoros

10.5. El valor expresivo de la Luz
- 10.5.1. Valor expresivo de laLuz
- 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 (IC)
- 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 ormato. 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

Un programa de gran nivel académico que será fundamental para tu desarrollo profesional"

05

Metodología

Este programa de capacitación ofrece una forma diferente de aprender. Nuestra metodología se desarrolla a través de un modo de aprendizaje de forma cíclica: ***el Relearning***.

Este sistema de enseñanza es utilizado, por ejemplo, en las facultades de medicina más prestigiosas del mundo y se ha considerado uno de los más eficaces por publicaciones de gran relevancia como el ***New England Journal of Medicine.***





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

Estudio de Caso para contextualizar todo el contenido

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

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



Accederás a un sistema de aprendizaje basado en la reiteración, con una enseñanza natural y progresiva a lo largo de todo el temario.



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

Un método de aprendizaje innovador y diferente

El presente programa de TECH es una enseñanza intensiva, creada desde 0, que propone los retos y decisiones más exigentes en este campo, ya sea en el ámbito nacional o internacional. Gracias a esta metodología se impulsa el crecimiento personal y profesional, dando un paso decisivo para conseguir el éxito. El método del caso, técnica que sienta las bases de este contenido, garantiza que se sigue la realidad económica, social y profesional más vigente.

> *Nuestro programa te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera"*

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

Ante una determinada situación, ¿qué debería hacer un profesional? Esta es la pregunta a la que nos enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos reales. Deberán integrar todos sus conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones.

Relearning Methodology

TECH aúna de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina 8 elementos didácticos diferentes en cada lección.

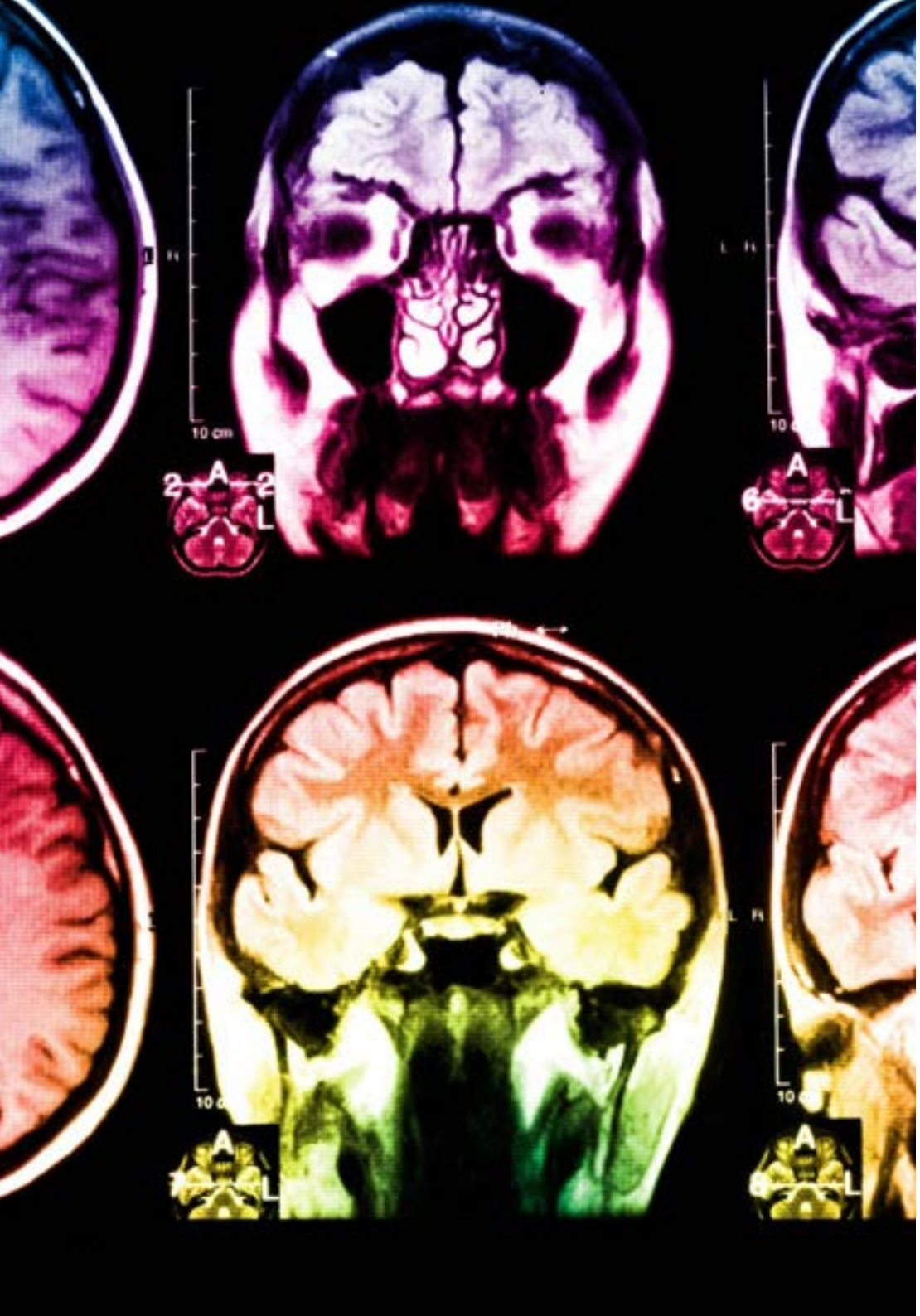
Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

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

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

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





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

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

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

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

Este programa ofrece los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para los profesionales:

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, para crear el método de trabajo online de TECH. Todo ello, con las técnicas más novedosas que ofrecen piezas de gran calidad en todos y cada uno los materiales que se ponen a disposición del alumno.

Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos.

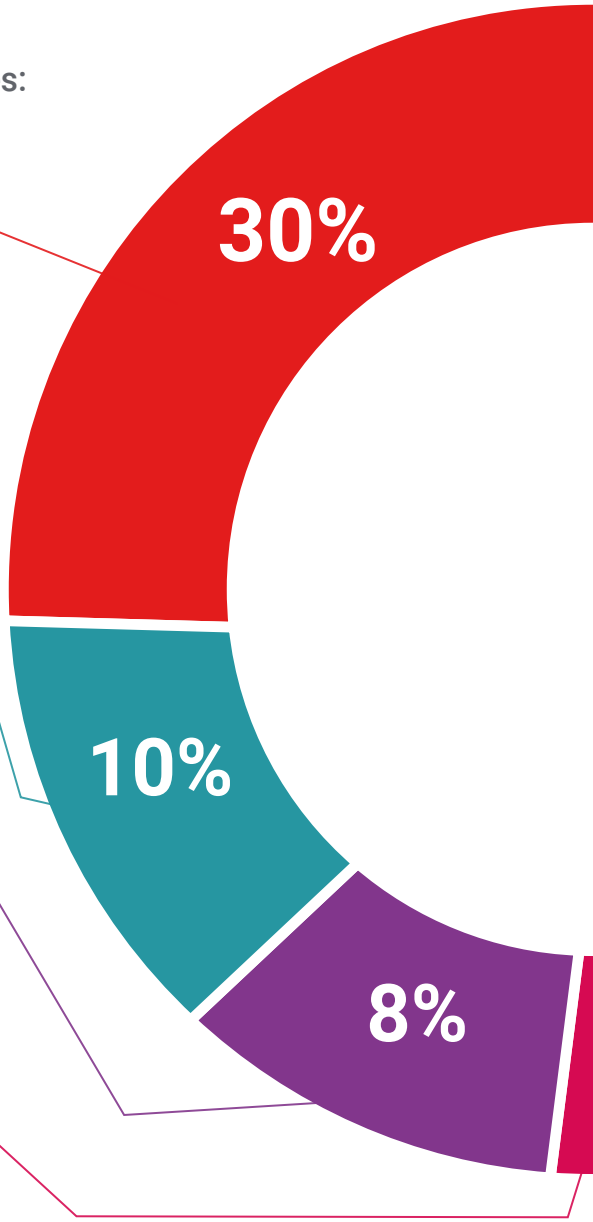
El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.

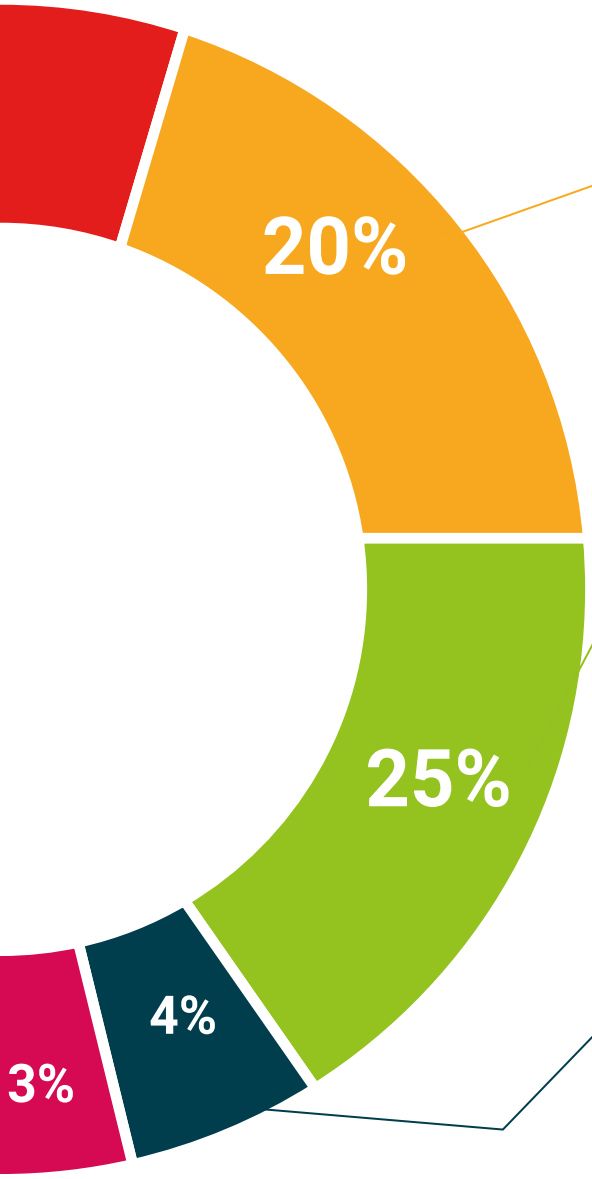
Prácticas de habilidades y competencias

Realizarán actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.

Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso y guías internacionales, entre otros. En la biblioteca virtual de TECH el estudiante tendrá acceso a todo lo que necesita para completar su capacitación.





Case studies

Completarán una selección de los mejores casos de estudio elegidos expresamente para esta titulación. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.

Resúmenes interactivos

El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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

Testing & Retesting

Se evalúan y reevalúan periódicamente los conocimientos del alumno a lo largo del programa, mediante actividades y ejercicios evaluativos y autoevaluativos para que, de esta manera, el estudiante compruebe cómo va consiguiendo sus metas.

06

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.





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

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

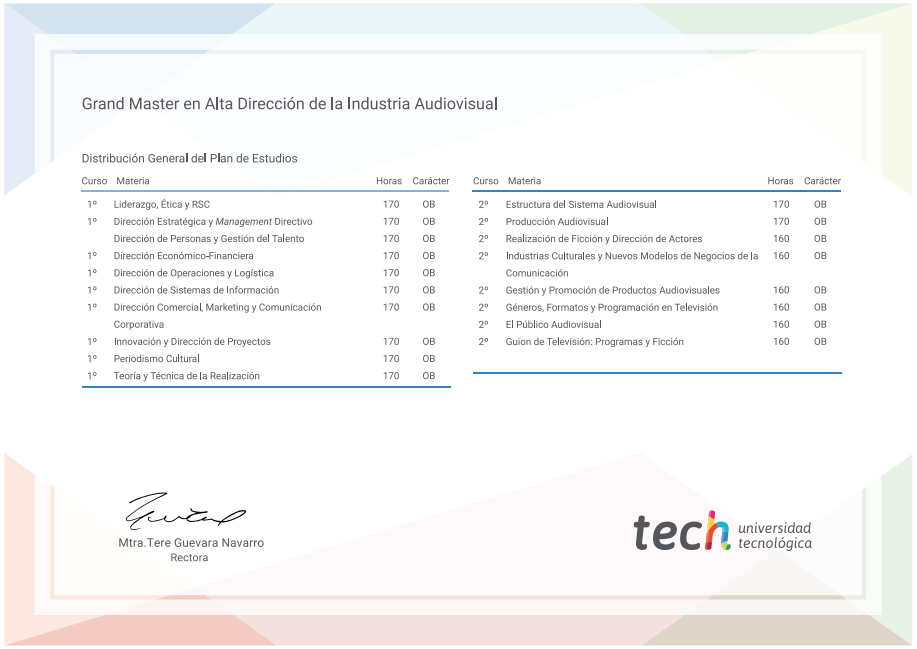
Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 3.000 horas, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

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: AFWOR23S 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	170	OB
1º	Dirección Estratégica y *Management* Directivo	170	OB
	Dirección de Personas y Gestión del Talento	170	OB
1º	Dirección Económico-Financiera	170	OB
1º	Dirección de Operaciones y Logística	170	OB
1º	Dirección de Sistemas de Información	170	OB
1º	Dirección Comercial, Marketing y Comunicación Corporativa	170	OB
1º	Innovación y Dirección de Proyectos	170	OB
1º	Periodismo Cultural	170	OB
1º	Teoría y Técnica de la Realización	170	OB

Curso	Materia	Horas	Carácter
2º	Estructura del Sistema Audiovisual	170	OB
2º	Producción Audiovisual	170	OB
2º	Realización de Ficción y Dirección de Actores	160	OB
2º	Industrias Culturales y Nuevos Modelos de Negocios de la Comunicación	160	OB
2º	Gestión y Promoción de Productos Audiovisuales	160	OB
2º	Géneros, Formatos y Programación en Televisión	160	OB
2º	El Público Audiovisual	160	OB
2º	Guion de Televisión: Programas y Ficción	160	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.

salud
personas
enseñanza
comunidad
innovación
conocimiento
instituciones



tech universidad tecnológica

Grand Master
Alta Dirección de la Industria Audiovisual

Modalidad: **Online**
Duración: **2 años**
Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **3.000 h.**

Grand Master

Alta Dirección de la Industria Audiovisual



tech universidad tecnológica