Máster Título Propio

MBA en Dirección de Empresas Audiovisuales



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Máster Título Propio

MBA en Dirección de Empresas Audiovisuales

Modalidad: **Online**
Duración: **12 meses**
Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **1.500 h.**
Acceso web: **www.techtitute.com/periodismo-comunicacion/master/master-mba-direccion-empresas-audiovisuales**

Índice

01 Presentación — pág. 4

02 Objetivos — pág. 8

03 Competencias — pág. 16

04 Estructura y contenido — pág. 22

05 Metodología — pág. 32

06 Titulación — pág. 40

01

Presentación

La audiovisual es una industria en la que el paso del tiempo se ha convertido en un proceso de fortalecimiento y desarrollo sin freno. En el momento actual, la proliferación de espacios de trabajo y comunicación diversos en este espectro determinan una necesidad extrema de capacitación específica para mantener la competitividad y hacerse con el nicho de negocio que garantice la viabilidad de un proyecto. Este programa se ha desarrollado para que el profesional se capacite de de manera completa en este campo, con la solvencia y la seriedad de la institución educativa online más grande del mundo.





Un programa completo de altísima calidad, que te permitirá adquirir las herramientas de trabajo personales y profesionales necesarias para dominar el MBA en Dirección de Empresas Audiovisuales"

La industria audiovisual se desarrolla de una manera vertiginosa alimentándose de manera muy intensiva de los cambios sociales, económicos y culturales del entorno internacional. La gestión en este contexto se configura como la directriz imprescindible para dar oportunidades reales de éxito, en el sentido práctico del término, a cualquier proyecto.

Para poder trabajar en esta área de manera precisa y solvente el profesional necesitará un bagaje personal de conocimientos amplios pero concretos en las diferentes áreas y contextos del sector audiovisual.

Este Máster Título Propio se ha desarrollado con el objetivo claro y concreto de brindar las herramientas profesionales necesarias para poder organizar y gestionar los procesos de gestión de las diferentes áreas de trabajo que intervienen. Con este planteamiento, se comenzará por recorrer los conceptos de industria y cultura estudiando acerca del periodismo cultural y su manera de trabajar.

La parte técnica, centrada en la realización de los proyectos, desde los puntos de vista teóricos y práctico llevará al al alumno al recorrido desde la idea hasta la puesta en escena. Este planteamiento que le dará los conocimientos teóricos y su capacidad de aplicación práctica se hará presente a lo largo de toda la capacitación en los diferentes temas. De esta manera, todo lo que aprenda se convertirá en habilidad real de trabajo que le permitirá al profesional impulsar su capacidad de manera intensa. Así pues, aprenderá la estructura del sistema audiovisual y la manera en que la producción de este tipo de contenidos contempla su financiación y su valoración de inversión en costos y beneficios.

Otro de los aspectos relevantes se refiere más directamente a la parte más creativa del sector. Se aprendera las bases que determinan la dirección de actores en ficción y la creación del discurso narrativo. Estos datos te permitirán seguir avanzando hacia la comprensión de la industria cultural y los nuevos modelos de comunicación que actualmente se están desarrollando. En este sentido, conocer a fondo los nuevos géneros y formatos que se están utilizando en TV es un *Must*. Un dominio que le dará la perspectiva necesaria para ubicarse en su propia forma de crear y de esta manera que consiga alcanzar a su público objetivo.

Este **MBA en Dirección de Empresas Audiovisuales** contiene el programa más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

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

Un Máster Título Propio de total actualidad que te llevará a lo largo de un recorrido educativo intenso y completo”

Un aprendizaje contextualizado y real que te permitirá llevar a la práctica tus aprendizajes a través de nuevas habilidades y competencias"

Los diferentes escenarios de la gestión de la industria audiovisual está desarrollados con claridad y eficacia para impulsar a nuestros alumnos.

El personal docente está integrado por profesionales en activo. De esta manera, TECH se asegura de ofrecer el objetivo de actualización educativa que pretende. Un cuadro multidisciplinar de profesores capacitados y experimentados en diferentes entornos, que desarrollarán los conocimientos teóricos, de manera eficiente, pero, sobre todo, pondrán al servicio del curso los conocimientos prácticos derivados de su propia experiencia: una de las cualidades diferenciales de esta capacitación.

Este dominio de la materia se complementa con la eficacia del diseño metodológico de este MBA. Elaborado por un equipo multidisciplinario de expertos en *e-Learning* integra los últimos avances en tecnología educativa. De esta manera, podrá estudiar con un elenco de herramientas multimedia cómodas y versátiles que le darán la operatividad que necesita en su capacitación.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas: un planteamiento que concibe el aprendizaje como un proceso eminentemente práctico. Para conseguirlo de forma remota, TECH usará la telepráctica: con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo, y el *Learning from an Expert* podrá adquirir los conocimientos como si estuviese enfrentándose al supuesto que está aprendiendo en ese momento. Un concepto que le permitirá integrar y fijar el aprendizaje de una manera más realista y permanente.

Un programa práctico y real que te permitirá avanzar de manera paulatina y segura.



02

Objetivos

Los objetivos que TECH propone en cada uno de los programas educativos están centrados en lograr un impulso global al desarrollo de los alumnos, no solo en el terreno académico, en el cual se ponen los más altos estándares de calidad, sino también en el personal. Para ello, se ofrece un desarrollo estimulante y flexible que le permita conseguir la satisfacción de completar sus metas de forma eficaz.





Aprende de manera eficiente y estimulante y consigue tus metas profesionales con la calidad de un curso de gran impacto educativo"

Objetivos generales

- Ampliar el conocimiento y la información al alumno con un mayor nivel de profundización en el ámbito del periodismo, 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



Objetivos específicos

Módulo 1. Periodismo cultural

- Tener las competencias transversales y específicas necesarias para afrontar con éxito la realidad del periodismo cultural en distintos ámbitos
- Conocer en profundidad la comunicación digital y el periodismo cultural
- Saber identificar, realizar y desarrollar historias con los diferentes puntos que la engloban, marcados por el rigor y la marca personal
- Conocer y desarrollar las guías esenciales para llevar a cabo una documentación dentro del periodismo cultural
- Conocer, comprender e identificar las nuevas temáticas del periodismo, la cultura y la web 3.0
- Conocer el uso de las redes sociales dentro del periodismo cultural y los géneros periodísticos
- Saber cómo hacer uso de la información a través de las redes sociales y desarrollar un plan de comunicación
- Desarrollar contenidos específicos dentro del periodismo cultural en lo que se refiere al posicionamiento

Módulo 2. Teoría y técnica de la realización

- Conocer el entorno de trabajo del equipo de realización: medios tecnológicos, rutinas técnicas y equipo humano. Figura del realizador en contextos profesionales: competencias y responsabilidades
- Conocer el recorrido creativo de la idea, desde el guion hasta el producto en pantalla
- Aprender los fundamentos básicos de los elementos de la puesta en escena
- Ser capaz de analizar y prever los medios necesarios a partir de una secuencia
- Adquirir la capacidad de planificar secuencias narrativas y documentales en función de los medios disponibles
- Conocer las técnicas básicas de realización
- Identificar y usar adecuadamente las herramientas tecnológicas en las diferentes fases del proceso audiovisual
- Aprender a poner en práctica de los elementos y los procesos fundamentales del relato audiovisual
- Conocer las características, usos y necesidades de los proyectos audiovisuales multicámara
- Ser capaz de trasladar programas de televisión del plató a la pantalla
- Comprender las necesidades y ventajas del trabajo en equipo en proyectos audiovisuales multicámara

Módulo 3. Estructura del sistema audiovisual

- Conocer la base del funcionamiento del sistema audiovisual (fijar contenidos fundamentales, conocer de autores/textos trabajados en cada tema)
- Adquirir la capacidad de análisis teórico y crítico de las estructuras organizativas de la comunicación audiovisual (comprender las ideas principales, relacionar conceptos y elementos)
- Ahondar en el marco histórico, económico-político, social y tecnológico en el que se producen, distribuyen y consumen los productos audiovisuales
- Aprender la naturaleza e interrelaciones entre los sujetos de la comunicación audiovisual: autores, instituciones, empresas, medios, soportes y receptores
- Identificar los problemas y debates actuales que atañen al sistema audiovisual

Módulo 4. Producción audiovisual

- 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
- Conocer el marco jurídico y la legislación que articula el sector de la producción audiovisual y sus repercusiones en los distintos formatos de producción
- Ser capaz de identificar el diseño de producción de una obra audiovisual a partir del análisis de sus fuentes de financiación
- Identificar las diferentes partidas del presupuesto de una obra audiovisual
- Señalar decisiones de producción a partir de la copia definitiva de una producción audiovisual
- Definir las vías de explotación y comercialización de las producciones audiovisuales
- Identificar y clasificar los equipos humanos y los medios técnicos adecuados y necesarios para cada fase del proyecto: preproducción, grabación/rodaje, postproducción
- Controlar el proceso de amortización de las producciones audiovisuales

Módulo 5. Realización de ficción y dirección de actores

- 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 los procesos de creación, realización y postproducción de las obras audiovisuales (cine, televisión), así como los elementos básicos de la narración (imagen y sonido)
- Manejar de manera adecuada los modelos teóricos de la construcción narrativa, los mecanismos que intervienen en la creación de relatos y su articulación mediante la puesta en escena, el montaje y la postproducción
- Conocer la puesta en escena integral de producciones audiovisuales cinematográficas y televisivas, responsabilizándose de la dirección de actores y ajustándose al guion, plan de trabajo o presupuesto previo
- Tener la capacidad y habilidad para las labores de dirección/realización en cine según una escaleta, guion y plan de rodaje
- Relacionar el cine con otras artes pictóricas tales como la fotografía y la pintura
- Analizar las diferencias entre dirigir para teatro y para cine con el fin de entender las particularidades de los lenguajes
- Conocer los métodos interpretativos y su origen con el fin de hacer más fluida la comunicación actor-director

Módulo 6. Industrias culturales y nuevos modelos de negocios de la comunicación

- 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
- Profundizar en los retos que el entorno digital ha planteado en los modelos de negocio de las empresas periodísticas y otras industrias culturales tradicionales
- 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
- Entender los cambios en los procesos de organización y gestión de los recursos estratégicos, humanos, materiales y técnicos de los nuevos negocios en el entorno digital

Módulo 7. Gestión y promoción de productos audiovisuales

- Conocer los conceptos fundamentales que rigen la distribución, la comercialización y la difusión de un producto audiovisual en la sociedad contemporánea
- Identificar las distintas ventanas de exhibición audiovisual y supervisión de las amortizaciones
- Conocer las estrategias de producción ejecutiva en el desarrollo y posterior distribución de proyectos audiovisuales
- Identificar el diseño de comercialización de una producción audiovisual a través de su repercusión en los distintos medios audiovisuales contemporáneos
- Conocer la historia y problemática contemporánea de los festivales de cine
- Identificar las distintas categorías y modalidades de los festivales de cine
- Analizar e interpretar las lógicas económicas, culturales y estéticas de los festivales de cine a nivel local, nacional y global

Módulo 8. Géneros, formatos y programación en televisión

- Conocer el concepto de género aplicado a la producción de ficción y el entretenimiento televisivo
- Distinguir e interpretar los diversos géneros de la producción de ficción y el entretenimiento televisivo y su evolución a lo largo del tiempo
- Tener capacidad para el análisis cultural, social y económico de los géneros televisivos como elemento vertebrador de las prácticas de creación y consumo audiovisual
- Conocer las modificaciones e hibridaciones que se producen en los géneros televisivos en el contexto de la televisión contemporánea
- Reconocer los distintos formatos en el contexto del actual panorama televisivo
- Identificar las claves de un formato, su estructura, funcionamiento y factores de impacto
- Saber interpretar, analizar y comentar un formato televisivo desde una perspectiva profesional, estética y cultural
- Conocer las claves teóricas y del contexto profesional, social y cultural de la programación de televisión, con especial atención a la programación de televisión en el modelo televisivo español
- Conocer las principales técnicas y procesos de la programación en la televisión generalista
- Entender y analizar de manera crítica los procesos de la oferta televisiva, su evolución y realidad actual, con relación al fenómeno de la recepción y los contextos sociales y culturales en los que ésta se produce

Módulo 9. El público audiovisual

- Conocer, a nivel teórico, las corrientes de estudios dedicados a la recepción audiovisual
- Identificar las diferencias existentes entre las diferentes formas de abordar el estudio de la recepción audiovisual y cuál es el estado de la cuestión actual
- Comprender el funcionamiento de las redes sociales como parte fundamental del entorno audiovisual actual
- Comprender los vínculos entre público y contenido
- Comprender las transformaciones derivadas de la digitalización

Módulo 10. Guion de televisión: programas y ficción

- Entender del proceso creativo e industrial en la elaboración de un guion de ficción para televisión
- Identificar los diferentes géneros de programas de televisión con el objeto de determinar las técnicas de guion que requieren
- Conocer las distintas herramientas de las que dispone un guionista de televisión
- Aprender cómo se relaciona un formato de programa de televisión con sus técnicas de escritura
- Comprender las bases de la dinámica de un formato de programa de televisión
- Obtener una visión global de las franquicias internacionales de formatos de programas de TV
- Utilizar un punto de vista crítico al analizar los diversos géneros y formatos de programas de televisión en base a su guion
- Conocer las formas de presentar un proyecto de guion de una serie de TV





Consigue tu objetivo de crecimiento profesional con este MBA en Dirección de Empresas Audiovisuales”

03

Competencias

La diferencia fundamental que este Máster Título Propio aporta a los alumnos es el empeño en la adquisición real de competencias y habilidades que les permitan ascender en su trayectoria profesional hasta niveles de mayor calidad. Un criterio de excelencia que el profesional podrá encontrar en cada parte del programa y en cada aspecto de este programa.





Adquiere las competencias necesarias para crecer en tu profesión con el dominio de todos los aspectos de la gestión en la industria audiovisual"

Competencia general

- 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

Matricúlate en el mejor programa de MBA en Dirección de Empresas Audiovisuales del panorama universitario actual”





Competencias específicas

- Describir lo que es periodismo cultural
- Saber moverse eficazmente por la red 3.0
- Usar las redes sociales en un entorno periodístico
- Conocer la composición de los equipos de realización audiovisual
- Organizar una puesta en escena
- Planificar acciones narrativas ajustadas los medios disponibles
- Dominar las diferentes fases del proyecto audiovisual
- Utilizar el sistema multicámara
- 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
- Tener una visión contextual
- Describir la evolución histórica de la producción audiovisual
- Conocer el marco jurídico
- Crear productos ajustados a la financiación disponible
- Distribuir el presupuesto en diferentes partidas
- Conocer las vías de distribución

- Organizar los diferentes equipos humanos
- Planificar la amortización de los productos audiovisuales
- Realizar un producto audiovisual en los diferentes soportes
- Conocer los diferentes procesos creativosy productivos
- Crear y supervisar la creación de un relato audiovisual
- Poner en escena un proyecto audiovisual
- Dirigir un proyecto audiovisual
- Dirigir a los actores
- Poder adaptarse a las transformaciones de la oferta y el consumo
- Reconocer los retos del panorama digital
- Diseñar estrategias innovadoras de gestión
- Saber organizar la distribución eficiente de un producto audiovisual
- Supervisar las amortizaciones del producto
- Aplicar la organización ejecutiva a estas tareas
- Reconocer los diferentes diseños de comercialización
- Explicar la situación actual del cine en este contexto





- Reconocer todos los géneros de la producción audiovisual
- Explicar la relación entre géneros y momento social
- Conocer el estado actual del consumo televisivo
- Reconocer las diferentes claves comunicativas de los diversos formatos con relación a los contextos culturales
- Definir las diferentes corrientes de estudios en el sector audiovisual
- Comprender el funcionamiento de las redes desde este punto de vista
- Describir la relación entre público y contenido
- Saber cuales son las adaptaciones necesarias para la digitalización audiovisual
- Saber cómo es el proceso de creación de un guion de ficción
- Saber qué tipo de guion necesita cada género
- Conocer el trabajo del guionista de televisión
- Conocer las diferentes franquicias de formatos televisivos
- Presentar un proyecto de serie de TV

04

Estructura y contenido

El temario del Máster Título Propio se configura como un completísimo recorrido a través de todos y cada uno de los conocimientos necesarios para comprender y asumir las formas de trabajo de este campo. Con un planteamiento centrado en la aplicación práctica que le permitirá crecer como profesional desde el primer momento de la capacitación.





Un temario completo centrado en la adquisición de conocimientos y su conversión en habilidades reales, creado para impulsarte hacia la excelencia"

Módulo 1. Periodismo cultural

1.1. Concepto y delimitaciones del periodismo cultural
- 1.1.1. Introducción: el concepto de cultura
- 1.1.2. La información cultural del arte
- 1.1.3. La información cultural de las artes escénicas
- 1.1.4. La información cultural del cine
- 1.1.5. La información cultural de la música
- 1.1.6. La información cultural de los libros

1.2. Los orígenes del periodismo cultural
- 1.2.1. Introducción
- 1.2.2. Los orígenes de la información cultural en la prensa
- 1.2.3. Los orígenes de la información cultural en la radio
- 1.2.4. Los orígenes de la información cultural en la televisión

1.3. La práctica del periodismo cultural
- 1.3.1. Introducción
- 1.3.2. Consideraciones generales
- 1.3.3. Factores de interés y criterios de valoración para la elaboración de la información cultural

1.4. Las fuentes del periodismo cultural
- 1.4.1. Introducción
- 1.4.2. Fuentes generales de la información cultural
- 1.4.3. Fuentes específicas de la información audiovisual de la cultura

1.5. Los géneros en la información cultural
- 1.5.1. Introducción
- 1.5.2. Noticia
- 1.5.3. Entrevista
- 1.5.4. Crónica
- 1.5.5. Reportaje

1.6. La diversificación actual de la información cultural en prensa, radio y televisión
- 1.6.1. Introducción
- 1.6.2. La información cultural en la prensa
- 1.6.3. La información cultural en la radio
- 1.6.4. La información cultural en la televisión

1.7. Cultura e internet
- 1.7.1. Introducción
- 1.7.2. La cultura e internet
- 1.7.3. Beneficios de la cultura

1.8. Marketing cultural
- 1.8.1. Introducción
- 1.8.2. Marketing cultural
- 1.8.3. ¿Cómo se realiza el Marketing cultural?

1.9. Análisis de la cultura
- 1.9.1. Introducción
- 1.9.2. Aproximación teórica y metodológica a la cultura
- 1.9.3. Cultura, comunicación y sentido
- 1.9.4. Cultura e imaginarios

1.10. Cibercultura y periodismo digital de contenidos culturales
- 1.10.1. Introducción
- 1.10.2. Definición de cibercultura
- 1.10.3. El periodismo digital de contenidos culturales
- 1.10.4. Claves del periodismo digital de contenidos culturales

Módulo 2. Teoría y técnica de la realización

2.1. La realización como construcción de la obra audiovisual. El equipo de trabajo
- 2.1.1. Del guion literario al guion técnico o escaleta
- 2.1.2. El equipo de trabajo

2.2. Los elementos de la puesta en pantalla. Los materiales de la construcción
- 2.2.1. La preadaptación espacial. Dirección artística
- 2.2.2. Los elementos de la puesta en pantalla

2.3. La preproducción. Los documentos de la realización
- 2.3.1. El guion técnico
- 2.3.2. La planta escenográfica
- 2.3.3. El *Storyboard*
- 2.3.4. Planificar
- 2.3.5. El plan de rodaje



2.4. El valor expresivo del sonido
- 2.4.1. Tipología de los elementos sonoros
- 2.4.2. Construcción del espacio sonoro

2.5. El valor expresivo de la luz
- 2.5.1. Valor expresivo de la luz
- 2.5.2. Técnicas de iluminación básicas

2.6. Técnicas básicas de rodaje monocámara
- 2.6.1. Usos y técnicas del rodaje monocámara
- 2.6.2. El subgénero del *Found Footage*. Cine de ficción y documental
- 2.6.3. La realización monocámara en televisión

2.7. El montaje
- 2.7.1. El montaje como ensamblaje. La reconstrucción del espacio-tiempo
- 2.7.2. Técnicas de montaje no lineal

2.8. Postproducción y etalonaje
- 2.8.1. Postproducción
- 2.8.2. Concepto de montaje vertical
- 2.8.3. Etalonaje

2.9. Los formatos y el equipo de realización
- 2.9.1. Formatos multicámara
- 2.9.2. El estudio y el equipo

2.10. Claves, técnicas y rutinas en la realización multicámara
- 2.10.1. Técnicas multicámara
- 2.10.2. Algunos formatos habituales

Módulo 3. Estructura del sistema audiovisual

3.1. Una introducción a las industrias culturales (IC)
- 3.1.1. Conceptos de cultura. Cultura-comunicación
- 3.1.2. Teoría y evolución de las IC: tipología y modelos

3.2. Industria cinematográfica I
- 3.2.1. Características y agentes principales
- 3.2.2. Estructura del sistema cinematográfico

3.3. Industria cinematográfica II
- 3.3.1. La industria cinematográfica estadounidense
- 3.3.2. Las productoras independientes
- 3.3.3. Problemas y debates en la industria cinematográfica

3.4. Industria cinematográfica III
- 3.4.1. La regulación cinematográfica: estado y cultura. Políticas de protección y promoción de la cinematografía
- 3.4.2. Caso de estudio

3.5. Industria televisiva I
- 3.5.1. La televisión económica
- 3.5.2. Modelos fundadores
- 3.5.3. Transformaciones

3.6. Industria televisiva II
- 3.6.1. La industria televisiva norteamericana
- 3.6.2. Características principales
- 3.6.3. La regulación estatal

3.7. Industria televisiva III
- 3.7.1. La televisión de servicio público en Europa
- 3.7.2. Crisis y debates

3.8. Los ejes del cambio
- 3.8.1. Los nuevos procesos en el audiovisual
- 3.8.2. Debates regulatorios

3.9. Televisión Digital Terrestre (TDT)
- 3.9.1. Papel del Estado y experiencias
- 3.9.2. Las nuevas características del sistema televisivo

3.10. Nuevos operadores en el paisaje audiovisual
- 3.10.1. Plataformas de servicios *Over-the-top* (OTT)
- 3.10.2. Consecuencias de su aparición

Módulo 4. Producción audiovisual

4.1. La producción audiovisual
- 4.1.1. Conceptos de introducción
- 4.1.2. La industria audiovisual

4.2. El equipo de producción
- 4.2.1. Los profesionales
- 4.2.2. El productor y el guion

4.3. El proyecto audiovisual
- 4.3.1. La gestión de proyectos
- 4.3.2. Evaluación del proyecto
- 4.3.3. Presentación de proyectos

4.4. Modalidades de producción y financiación
- 4.4.1. Financiación de la producción audiovisual
- 4.4.2. Modos de producción audiovisual
- 4.4.3. Recursos para la financiación previa

4.5. El equipo de producción y el desglose del guion
- 4.5.1. El equipo de producción
- 4.5.2. El desglose del guion

4.6. Los espacios del rodaje
- 4.6.1. Las localizaciones
- 4.6.2. Los decorados

4.7. El reparto y los contratos del rodaje
- 4.7.1. El reparto o casting
- 4.7.2. La prueba de casting
- 4.7.3. Contratos, derechos y seguros

4.8. El plan de trabajo y el presupuesto de la obra audiovisual
- 4.8.1. El plan de trabajo
- 4.8.2. El presupuesto

4.9. La producción en el rodaje o grabación
- 4.9.1. La preparación del rodaje
- 4.9.2. El equipo y los medios del rodaje

4.10. La postproducción y el balance final de la obra audiovisual
- 4.10.1. El montaje y la postproducción
- 4.10.2. Balance final y explotación

Módulo 5. Realización de ficción y dirección de actores

5.1. La realización de ficción
- 5.1.1. Introducción
- 5.1.2. El proceso y sus herramientas

5.2. Las ópticas y la cámara
- 5.2.1. Las ópticas y el encuadre
- 5.2.2. El movimiento de la cámara
- 5.2.3. La continuidad

5.3. La luz y el color: aspectos teóricos
- 5.3.1. Exposición
- 5.3.2. Teoría del color

5.4. La iluminación en el cine
- 5.4.1. Herramientas
- 5.4.2. La iluminación como narrativa

5.5. El color y las ópticas
- 5.5.1. El control del color
- 5.5.2. Las ópticas
- 5.5.3. El control de la imagen

5.6. El trabajo en el rodaje
- 5.6.1. La lista de planos
- 5.6.2. El equipo y sus funciones

5.7. Cuestiones técnicas para la dirección de cine
- 5.7.1. Los recursos de la técnica

5.8. La visión de los directores
- 5.8.1. Los directores toman la palabra

5.9. Transformaciones digitales
- 5.9.1. Transformaciones analógico-digitales en la fotografía cinematográfica
- 5.9.2. El reinado de la posproducción digital

5.10. Dirección de actores
- 5.10.1. Introducción
- 5.10.2. Principales métodos y técnicas
- 5.10.3. El trabajo con los actores

Módulo 6. Industrias culturales y nuevos modelos de negocios de la comunicación

6.1. Los conceptos de cultura, economía, comunicación, tecnología, IC
- 6.1.1. Cultura, economía, comunicación
- 6.1.2. Las industrias culturales

6.2. Tecnología, comunicación y cultura
- 6.2.1. La cultura artesanal mercantilizada
- 6.2.2. Del espectáculo en vivo a las artes plásticas
- 6.2.3. Museos y patrimonio

6.3. Los grandes sectores de las industrias culturales
- 6.3.1. Los productos editoriales
- 6.3.2. Las IC de flujo
- 6.3.3. Los modelos híbridos

6.4. La Era Digital en las industrias culturales
- 6.4.1. Las industrias culturales digitales
- 6.4.2. Nuevos modelos en la era digital

6.5. Medios digitales y medios de comunicación en la era digital
- 6.5.1. El negocio de la prensa online
- 6.5.2. La radio en el entorno digital
- 6.5.3. Particularidades de los medios de comunicación en la era digital

6.6. La globalización y la diversidad en la cultura
- 6.6.1. Concentración, internacionalización y globalización de las industrias culturales
- 6.6.2. La lucha por la diversidad cultural

6.7. Las políticas culturales y de cooperación
- 6.7.1. Políticas culturales
- 6.7.2. El papel de los estados y de las regiones de países

6.8. La diversidad musical en la nube
- 6.8.1. El sector de la música hoy en día
- 6.8.2. La nube
- 6.8.3. Iniciativas latino/iberoamericanas

6.9. Diversidad en la industria audiovisual
- 6.9.1. Del pluralismo a la diversidad
- 6.9.2. Diversidad, cultura y comunicación
- 6.9.3. Conclusiones y propuestas

6.10. Diversidad audiovisual en internet
- 6.10.1. El sistema audiovisual en la era del internet
- 6.10.2. La oferta televisiva y la diversidad
- 6.10.3. Conclusiones

Módulo 7. Gestión y promoción de productos audiovisuales

7.1. La distribución audiovisual
- 7.1.1. Introducción
- 7.1.2. Los actores de la distribución
- 7.1.3. Los productos de la comercialización
- 7.1.4. Los ámbitos de la distribución audiovisual
- 7.1.5. Distribución nacional
- 7.1.6. Distribución internacional

7.2. La empresa de distribución
- 7.2.1. La estructura organizativa
- 7.2.2. La negociación del contrato de distribución
- 7.2.3. Los clientes internacionales

7.3. Ventanas de explotación, contratos y ventas internacionales
- 7.3.1. Ventanas de explotación
- 7.3.2. Contratos de distribución internacional
- 7.3.3. Las ventas internacionales

7.4. Marketing cinematográfico
- 7.4.1. Marketing en el cine
- 7.4.2. La cadena de valor de la producción cinematográfica
- 7.4.3. Los medios publicitarios al servicio de la promoción
- 7.4.4. Las herramientas para el lanzamiento

7.5. La investigación de mercado en el cine
- 7.5.1. Introducción
- 7.5.2. Fase de preproducción
- 7.5.3. Fase de postproducción
- 7.5.4. Fase de comercialización

7.6. Redes sociales y promoción cinematográfica
- 7.6.1. Introducción
- 7.6.2. Promesas y límites de las redes sociales
- 7.6.3. Los objetivos y su medición
- 7.6.4. Calendario de promoción y estrategias
- 7.6.5. Interpretar lo que dicen las redes

7.7. La distribución audiovisual en internet I
- 7.7.1. El nuevo mundo de la distribución audiovisual
- 7.7.2. El proceso de la distribución en internet
- 7.7.3. Los productos y las posibilidades en el nuevo escenario
- 7.7.4. Nuevos modos de distribución

7.8. La distribución audiovisual en internet II
- 7.8.1. Claves del nuevo escenario
- 7.8.2. Los peligros de la distribución en internet
- 7.8.3. El *video on demand* (VOD) como nueva ventana de distribución

7.9. Nuevos espacios para la distribución
- 7.9.1. Introducción
- 7.9.2. La revolución Netflix

7.10. Los festivales de cine
- 7.10.1. Introducción
- 7.10.2. El papel de los festivales de cine en la distribución y exhibición

Módulo 8. Géneros, formatos y programación en televisión

8.1. El género en televisión
- 8.1.1. Introducción
- 8.1.2. Los géneros de la televisión

8.2. El formato en televisión
- 8.2.1. Aproximación al concepto de formato
- 8.2.2. Los formatos de la televisión

8.3. Crear televisión
- 8.3.1. El proceso creativo en entretenimiento
- 8.3.2. El proceso creativo en ficción

8.4. Evolución de los formatos en el mercado internacional actual I
- 8.4.1. La consolidación del formato
- 8.4.2. El formato de la telerrealidad
- 8.4.3. Novedades en *Reality* TV
- 8.4.4. Televisión Digital Terrestre y crisis financiera

8.5. Evolución de los formatos en el mercado internacional actual II
- 8.5.1. Los mercados emergentes
- 8.5.2. Marcas globales
- 8.5.3. La televisión se reinventa
- 8.5.4. La era de la globalización

8.6. Vender el formato. El *Pitching*
- 8.6.1. Venta de un formato televisivo
- 8.6.2. El *Pitching*

8.7. Introducción a la programación televisiva
- 8.7.1. La función de la programación
- 8.7.2. Factores que inciden en la programación

8.8. Los modelos de programación televisiva
- 8.8.1. Estados Unidos y Reino Unido
- 8.8.2. España

8.9. El ejercicio profesional de la programación televisiva
- 8.9.1. El departamento de programación
- 8.9.2. Programar para televisión

8.10. El estudio de las audiencias
- 8.10.1. Investigación de la audiencia en televisión
- 8.10.2. Conceptos e índices de audiencia

Módulo 9. El público audiovisual

9.1. Las audiencias en los medios audiovisuales
- 9.1.1. Introducción
- 9.1.2. La constitución de las audiencias

9.2. El estudio de las audiencias: las tradiciones I
- 9.2.1. Teoría de los efectos
- 9.2.2. Teoría de usos y gratificaciones
- 9.2.3. Los estudios culturales

9.3. El estudio de las audiencias: las tradiciones II
- 9.3.1. Estudios sobre la recepción
- 9.3.2. Las audiencias hacia los estudios humanistas

9.4. Las audiencias desde una perspectiva económica
- 9.4.1. Introducción
- 9.4.2. La medición de las audiencias

9.5. Las teorías de la recepción
- 9.5.1. Introducción a las teorías de la recepción
- 9.5.2. Aproximación histórica a los estudios de la recepción

9.6. Las audiencias en el mundo digital
- 9.6.1. Entorno digital
- 9.6.2. Comunicación y cultura de la convergencia
- 9.6.3. El carácter activo de las audiencias
- 9.6.4. Interactividad y participación
- 9.6.5. La transnacionalidad de las audiencias
- 9.6.6. Las audiencias fragmentadas
- 9.9.7. La autonomía de las audiencias

9.7. Audiencias: las preguntas esenciales I
- 9.7.1. Introducción
- 9.7.2. ¿Quiénes son?
- 9.7.3. ¿Por qué consumen?

9.8. Audiencias: las preguntas esenciales II
- 9.8.1. ¿Qué consumen?
- 9.8.2. ¿Cómo consumen?
- 9.8.3. ¿Con qué efectos?

9.9. El modelo del *Engagement* I
- 9.9.1. El *Engagement* como metadimensión del comportamiento de las audiencias
- 9.9.2. La compleja valoración del *Engagement*

9.10. El modelo del *Engagement* II
- 9.10.1. Introducción. Las dimensiones del *Engagement*
- 9.10.2. El *Engagement* y las experiencias de los usuarios
- 9.10.3. El *Engagement* como respuesta emocional de las audiencias
- 9.10.4. El *Engagement* como resultado de cognición humana
- 9.10.5. Los comportamientos observables de las audiencias como expresión del *Engagement*

Módulo 10. Guion de televisión: programas y ficción

10.1. Narrativa televisiva
- 10.1.1. Conceptos y límites
- 10.1.2. Códigos y estructuras

10.2. Categorías narrativas en televisión
- 10.2.1. La enunciación
- 10.2.2. Personajes
- 10.2.3. Acciones y transformaciones
- 10.2.4. El espacio
- 10.2.5. El tiempo

10.3. Géneros y formatos televisivos
- 10.3.1. Unidades narrativas
- 10.3.2. Géneros y formatos televisivos





10.4. Formatos de ficción
- 10.4.1. La ficción televisiva
- 10.4.2. La comedia de situación
- 10.4.3. Las series dramáticas
- 10.4.4. La telenovela
- 10.4.5. Otros formatos

10.5. El guion de ficción en televisión
- 10.5.1. Introducción
- 10.5.2. La técnica

10.6. El drama en televisión
- 10.6.1. La serie dramática
- 10.6.2. La telenovela

10.7. Las series de comedia
- 10.7.1. Introducción
- 10.7.2. La *sitcom*

10.8. El guion de entretenimiento
- 10.8.1. El guion paso a paso
- 10.8.2. Escribir para decir

10.9. Escritura del guion de entretenimiento
- 10.9.1. Reunión de guion
- 10.9.2. Guion técnico
- 10.9.3. Desglose de producción
- 10.9.4. La escaleta

10.10. Diseño del guion de entretenimiento
- 10.10.1. Magazin
- 10.10.2. Programa de humor
- 10.10.3. *Talent Show*
- 10.10.4. Documental
- 10.10.5. Otros formatos

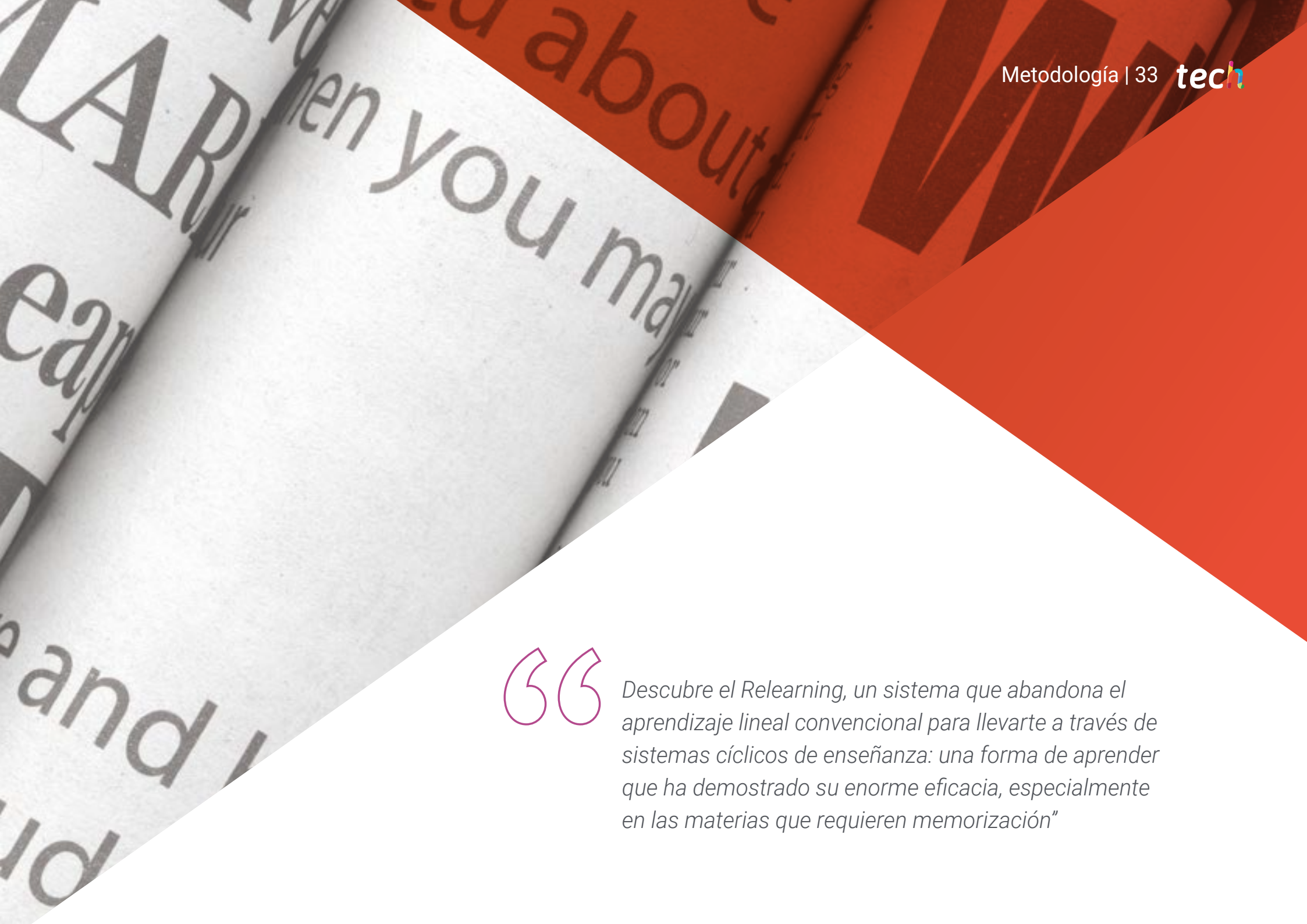
05

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.

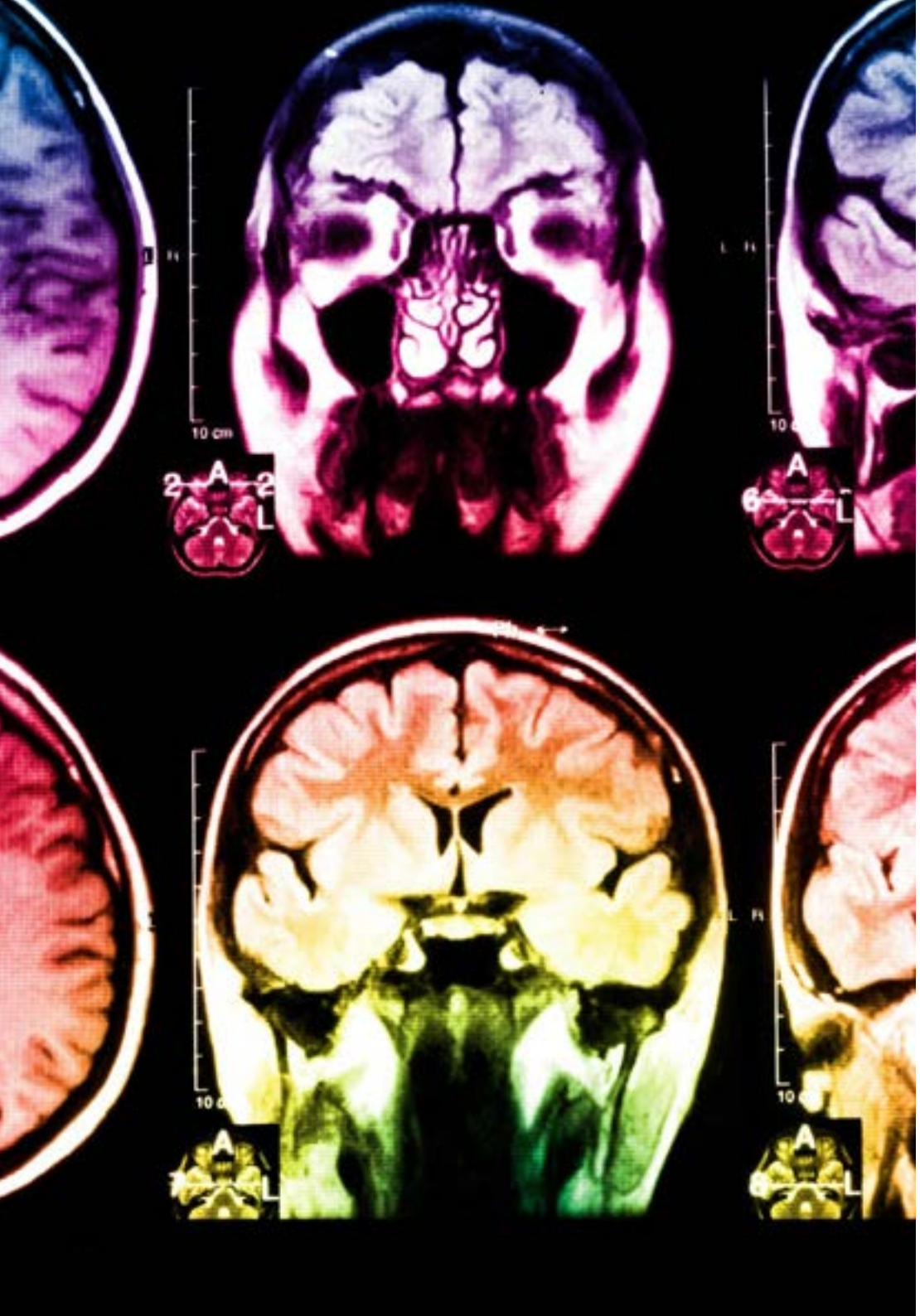
Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

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.

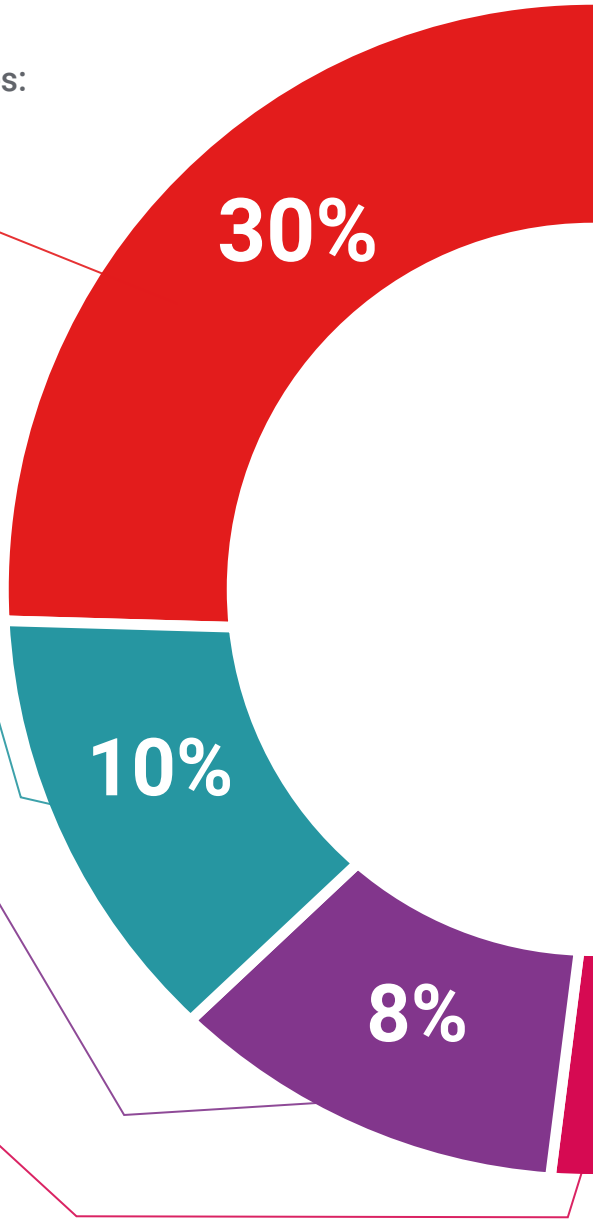
El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.

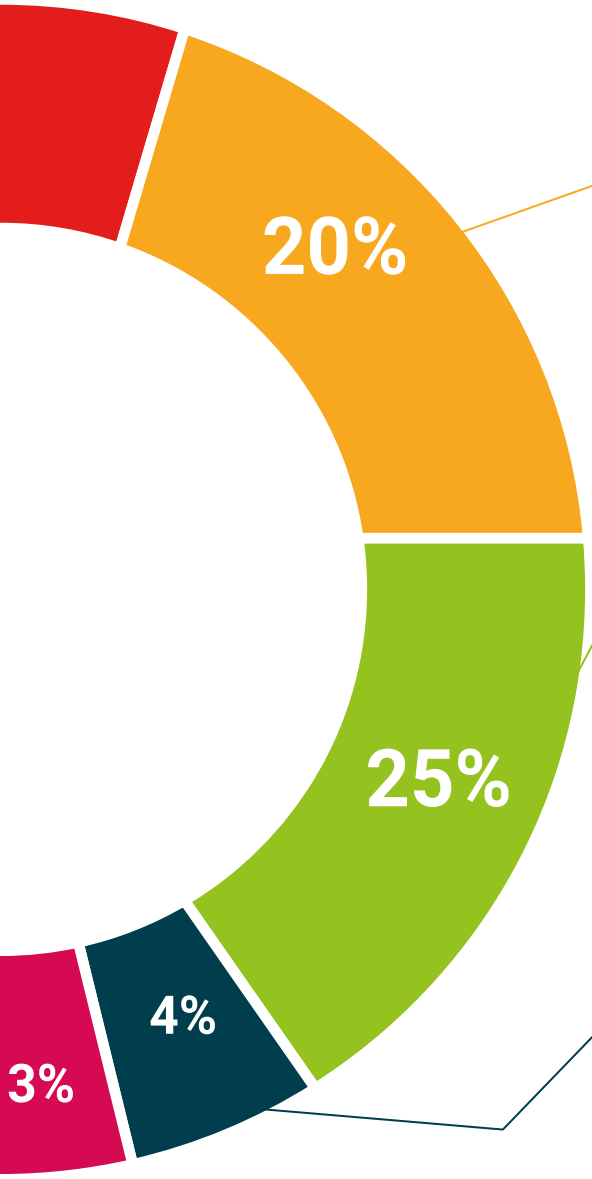
Prácticas de habilidades y competencias

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 MBA en Dirección de Empresas Audiovisuales garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Máster Propio expedido por TECH Universidad Tecnológica.





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

Este **MBA en Dirección de Empresas Audiovisuales** 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 **Máster Propio** emitido por **TECH Universidad Tecnológica.**

Este título propio contribuye de forma relevante al desarrollo de la educación continua del profesional y aporta un alto valor curricular universitario a su formación, y es 100% válido en todas las Oposiciones, Carrera Profesional y Bolsas de Trabajo de cualquier Comunidad Autónoma española.

Título: **Máster Título Propio MBA en Dirección de Empresas Audiovisuales**

N.º Horas Oficiales: **1.500 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

MÁSTER TÍTULO PROPIO

en

MBA en Dirección de Empresas Audiovisuales

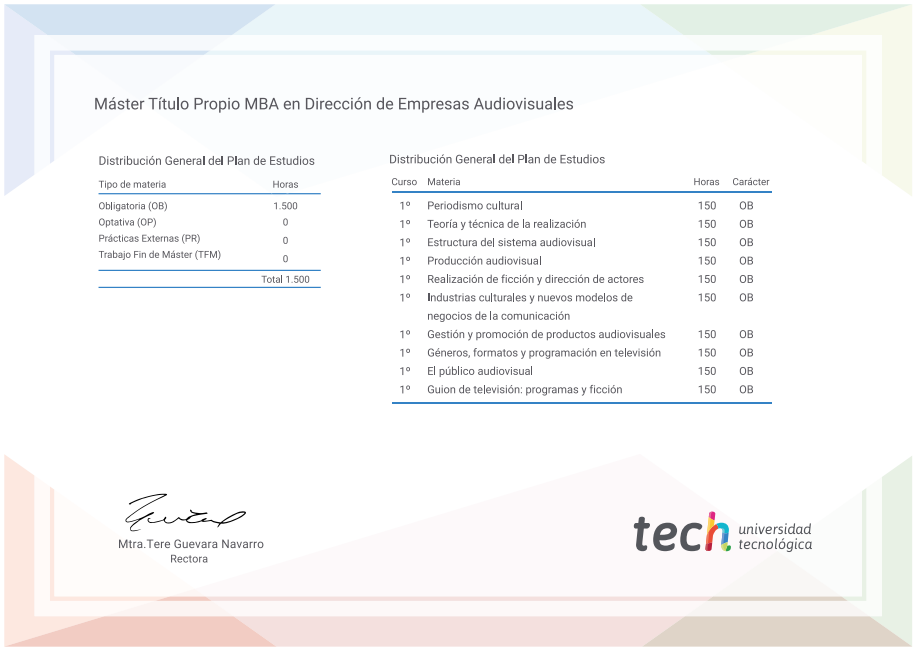
Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 1.500 horas, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

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

código único TECH: AFWOR23S techtitute.com/titulos


Máster Título Propio MBA en Dirección de Empresas Audiovisuales

Distribución General del Plan de Estudios

Tipo de materia	Horas
Obligatoria (OB)	1.500
Optativa (OP)	0
Prácticas Externas (PR)	0
Trabajo Fin de Máster (TFM)	0
	Total 1.500

Distribución General del Plan de Estudios

Curso	Materia	Horas	Carácter
1º	Periodismo cultural	150	OB
1º	Teoría y técnica de la realización	150	OB
1º	Estructura del sistema audiovisual	150	OB
1º	Producción audiovisual	150	OB
1º	Realización de ficción y dirección de actores	150	OB
1º	Industrias culturales y nuevos modelos de negocios de la comunicación	150	OB
1º	Gestión y promoción de productos audiovisuales	150	OB
1º	Géneros, formatos y programación en televisión	150	OB
1º	El público audiovisual	150	OB
1º	Guion de televisión: programas y ficción	150	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

Máster Título Propio

MBA en Dirección de Empresas Audiovisuales

Modalidad: **Online**

Duración: **12 meses**

Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**

Horas lectivas: **1.500 h.**

Máster Título Propio

MBA en Dirección de Empresas Audiovisuales



tech universidad tecnológica