Máster Título Propio

Teoría y Crítica del Producto Audiovisual



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Máster Título Propio

Teoría y Crítica del Producto Audiovisual

Modalidad: **Online**
Duración: **12 meses**
Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **1.500 h.**
Acceso web: **www.techtitute.com/periodismo-comunicacion/master/master-teoria-critica-producto-audiovisual**

Índice

01 Presentación — *pág. 4*

02 Objetivos — *pág. 8*

03 Competencias — *pág. 14*

04 Estructura y contenido — *pág. 18*

05 Metodología — *pág. 28*

06 Titulación — *pág. 36*

01

Presentación

La evolución del producto audiovisual desde sus inicios, ha sufrido una impresionante escalada en todos sus aspectos. A nivel técnico, los avances han llevado a cotas de capacidad que permiten la creación de formatos y productos revolucionarios y muy interesantes. Pero esta evolución se ha producido también en los estilos comunicativos. Este programa le llevará al aprendizaje de los diferentes momentos y características del producto audiovisual en el contexto internacional en una capacitación de la más alta calidad; la seña de identidad de todos los programas de TECH.





Un recorrido preparativo de alta calidad a través de la Teoría y Crítica del Producto Audiovisual"

Para trabajar en el sector audiovisual es imprescindible conocer a fondo una industria que se mueve con sus propias peculiaridades. A lo largo de los diversos temas que componen este Máster Título Propio se desgranarán todos los campos en los que se desarrolla el producto audiovisual.

Para ello, es básico desentrañar los aspectos que intervienen en la comunicación visual. Evidentemente, la imagen y sus formas de expresión son la base del producto audiovisual, aunque deban participar de forma complementaria con las otras partes del mensaje. Manejar sus claves de comunicación es el equivalente a hablar el idioma de esta competitiva industria.

Pero no solo las claves que conforman el elemento visual son importantes. Durante el Máster Título Propio se estudiarán las características del periodismo cultural, el conocimiento de los movimientos artísticos contemporáneos y otros temas relativos al movimiento internacional en el que el producto audiovisual se crea, se produce, se distribuye y se consume.

En este sentido, se dedicará una especial atención a los cines de las más diversas partes del mundo, desentrañando la relación entre el momento social y político y la creación audiovisual.

Todo un compendio que se aplicará a la propia realización de productos, con una visión contemporánea de lo que está ocurriendo ahora mismo en el panorama televisivo en cuanto a formatos y géneros, y en cuanto a consumo y públicos.

Este **Máster Título Propio en Teoría y Crítica del Producto Audiovisual** contiene el programa educativo 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 autorregulable: 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

Domina los aspectos de la teoría y la crítica del producto audiovisual y aporta a tu capacitación el conocimiento más actualizado en este campo”

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

Un análisis de los diferentes campos en los que se mueve y a través de los que se produce el mensaje en el entorno audiovisual.

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

Este dominio de la materia se complementa con la eficacia del diseño metodológico de este Máster Título Propio. Elaborado por un equipo multidisciplinario de expertos en ***e-learning*** integra los últimos avances en tecnología educativa. De esta manera, el profesional podrá estudiar con un elenco de herramientas multimedia cómodas y versátiles que le darán la operatividad que necesita en tu 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, usará la telepráctica: con la ayuda de un novedoso sistema de vídeos interactivos, 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 curso práctico y real que te permitirá avanzar de manera paulatina y segura.



02

Objetivos

Los objetivos que se proponen en cada uno de los programas preparativos 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 capacitativo 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 programa de gran impacto preparativo"

Objetivos generales

- Profundizar en el ámbito del periodismo, más concretamente dentro del campo de Teoría y Crítica del Producto Audiovisual
- Aprender a realizar unas funciones de este campo en un entorno especializado y profesional

Impulsamos tu crecimiento profesional con este Máster Título Propio en Teoría y Crítica del Producto Audiovisual"



Objetivos específicos

Módulo 1. Comunicación visual

- Conocer las principales concepciones de la imagen
- Identificar los procesos de percepción de la imagen visual
- Señalar los elementos básicos de la gramática de la imagen
- Analizar el papel de la imagen visual en la sociedad contemporánea
- Analizar imágenes de manera aislada y de manera contextual o secuencial
- Relacionar los procesos de diseño y producción de mensajes visuales con el ejercicio de la actividad periodística y el diseño editorial

Módulo 2. Análisis de la imagen audiovisual

- Aprender la base de la naturaleza y del funcionamiento de la imagen en movimiento
- Comprender los principios del discurso audiovisual (cine y televisión)
- Desarrollar la capacidad para interpretar y analizar los mecanismos que determinan la producción de significados de la imagen en movimiento
- Identificar la pertenencia a un determinado estilo en la imagen en movimiento
- Adquirir habilidades elementales para el análisis de la construcción formal y narrativa de los relatos audiovisuales
- Desarrollar una capacidad crítica y creativa respecto al discurso audiovisual y a su evolución en el contexto de la cultura audiovisual contemporánea

Módulo 3. 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 4. Movimientos artísticos contemporáneos

- Aprender los principios fundamentales que rigen el mundo del arte contemporáneo
- Conocer las principales tendencias del arte moderno y contemporáneo
- Reconocer la importancia del análisis del arte en su contexto histórico, social, cultural e ideológico
- Desarrollar la sensibilidad artística y el juicio crítico y estético
- Estudiar las estrechas relaciones entre el arte y el ámbito de la comunicación audiovisual

Módulo 5. 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 6. Cine norteamericano y cine europeo

- Conocer el desarrollo y evolución de los principales medios audiovisuales (cine y televisión) a través de la historia
- Aprender las claves históricas de los procesos audiovisuales y su relevancia para la comprensión del panorama contemporáneo
- Distinguir las filiaciones y parentescos en la gran familia audiovisual conforme a su contexto histórico, social y cultural
- Saber analizar e interpretar los productos audiovisuales desde una perspectiva más integradora y atenta a la dimensión sociohistórica de los mismos
- Tener un conocimiento panorámico del cine norteamericano en sus primeros años de andadura
- Identificar los distintos periodos históricos, géneros, movimientos, estilos y principales autores del cine norteamericano
- Conocer las aproximaciones fundamentales a la teoría de géneros cinematográficos, así como la historia y problemática de los principales géneros cinematográficos de Hollywood
- Conocer las tradiciones, temas y problemas del cine europeo
- Analizar e interpretar el cine norteamericano contemporáneo

Módulo 7. Cine en Hispanoamérica, Asia y África

- Conocer la historia y problemática contemporánea del cine hispanoamericano
- Identificar los distintos periodos históricos, movimientos, estilos y principales autores del cine hispanoamericano
- Contextualizar, analizar e interpretar el cine hispanoamericano contemporáneo, atendiendo a sus crecientes dimensiones transnacionales
- Conocer la historia y problemática contemporánea del cine en Oriente, África e India
- Distinguir los distintos geopolíticos y sus correspondientes periodos históricos, movimientos y estilos
- Contextualizar, analizar e interpretar el mencionado cine atendiendo a sus crecientes dimensiones transnacionales

Módulo 8. 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 9. 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
- Tener un conocimiento de 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, en relación con el fenómeno de la recepción y los contextos sociales y culturales en los que ésta se produce

Módulo 10. Cine, televisión y sociedad contemporánea

- Identificar las principales tendencias en los modelos representacionales contemporáneos en televisión y cine
- Desarrollar un razonamiento crítico a la hora de enfrentarse a los procesos de creación y análisis de los distintos modos de representación en el audiovisual
- Distinguir y estudiar los procesos socioculturales y su impacto en los procedimientos representativos del audiovisual
- Desarrollar la capacidad para entender y analizar de un modo crítico las producciones cinematográficas contemporáneas desde una perspectiva social, cultural y estética
- Aprender los fundamentos teóricos y metodológicos para analizar el cine y la televisión como generadores de representación social y de producción de significados
- Adquirir la habilidad de distinguir y analizar de manera crítica las mutaciones que se producen en el cine y la televisión contemporáneos, en su contexto social y su dimensión cultural

Impulsamos tu crecimiento profesional con este Máster Título Propio en Teoría y Crítica del Producto Audiovisual”

03

Competencias

La diferencia fundamental que el programa 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 podrá encontrar en cada parte del programa y en cada aspecto de esta especialización.





Consigue con este Máster Título Propio, el dominio de los conocimientos más extensos en relación con la historia pasada y presente de la comunicación audiovisual a nivel internacional"

Competencia general

- Realizar un análisis completo y documentado del producto audiovisual actual con las referencias a su desarrollo histórico en el entorno internacional

Matricúlate en el mejor programa de Máster Título Propio en Teoría y Crítica del Producto Audiovisual del panorama universitario actual"



Competencias específicas

- Describir la gramática de la imagen y sus procesos de percepción
- Poner las imágenes con relación al contexto
- Utilizar y analizar las imágenes en el uso periodístico
- Reconocer el discurso audiovisual
- Saber cuáles son los estilos audiovisuales
- Describir los principios del discurso audiovisual
- Describir lo que es periodismo cultural
- Saber moverse eficazmente por la red 3.0
- Usar las redes sociales en un entorno periodístico
- Explicar los principios del arte contemporáneo, sus tendencias y su conexión con el momento histórico
- Poseer juicio estético
- Determinar la relación entre el arte y el producto 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
- Tener una visión contextual
- Conocer los momentos históricos y evolutivos del medio audiovisual en sus diferentes expresiones
- Reconocer las claves históricas, sociales y culturales de los mismos
- Contar con el conocimiento extenso de la situación del cine hispanoamericano, históricamente y en la actualidad
- Contar con el conocimiento extenso de la situación del cine en Oriente, África e India, históricamente y en la actualidad
- Poder contextualizarlos desde un punto de vista transnacional
- Poder adaptarse a las transformaciones de la oferta y el consumo
- Reconocer los retos del panorama digital
- Diseñar estrategias innovadoras de gestión
- 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
- Saber cuáles son las tendencias sociales actualmente representadas en TV y cine
- Discernir influencias y producir un análisis crítico de las producciones cinematográficas en relación con el entorno particular y global a todos los nieves de interacción

04

Estructura y contenido

El temario del programa 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. Comunicación visual

1.1. La comunicación visual
- 1.1.1. Introducción
- 1.1.2. Comunicación visual y alfabetización visual
  - 1.1.2.1. El aprendizaje de la cultura visual
  - 1.1.2.2. Lenguaje natural o lenguaje arbitrario
- 1.1.3. Cualidades de la comunicación visual
  - 1.1.3.1. Inmediatez
  - 1.1.3.2. Reglas básicas de selección, verificación, citación y referencia bibliográfica
  - 1.1.3.3. Grado de complejidad del mensaje
- 1.1.4. Definición de la Comunicación Visual

1.2. El diseño gráfico
- 1.2.1. Introducción
- 1.2.2. El diseño
- 1.2.3. El diseño gráfico
  - 1.2.3.1. El grafismo
  - 1.2.3.2. Diseño y arte
- 1.2.4. Diseño gráfico y comunicación
- 1.2.5. Ámbitos de aplicación del diseño gráfico

1.3. Antecedentes y evolución de la Comunicación Visual
- 1.3.1. Introducción
- 1.3.2. El problema del origen
- 1.3.3. La Prehistoria
- 1.3.4. La Edad Antigua
  - 1.3.4.1. Grecia
  - 1.3.4.2. Roma
- 1.3.5. La Edad Media
- 1.3.6. El Renacimiento: surgimiento de la imprenta en Europa
- 1.3.7. Del siglo XVI al XVIII
- 1.3.9. El siglo XIX y la primera mitad del siglo XX

1.4. El significado de los mensajes visuales
- 1.4.1. Introducción
- 1.4.2. La imagen, objeto significante
- 1.4.3. La cualidad representacional de la imagen: la iconicidad
  - 1.4.3.1. Tipo, *Pattern y Form*
- 1.4.4. La cualidad plástica de la imagen
  - 1.4.4.1. El signo plástico
- 1.4.5. La cualidad simbólica
- 1.4.6. Otros códigos visuales

1.5. La persuasión
- 1.5.1. Introducción
- 1.5.2. La persuasión de la publicidad
- 1.5.3. Características

1.6. Elementos relativos a la representación de la imagen
- 1.6.1. Introducción
- 1.6.2. Elementos relativos a la representación de la imagen
- 1.6.3. La articulación de la representación de la imagen
  - 1.6.3.1. El concepto de la representación
  - 1.6.3.2. La articulación de la representación
  - 1.6.3.3. La significación plástica
- 1.6.4. Elementos morfológicos de la imagen
- 1.6.5. Elementos escalares de la imagen
  - 1.6.5.1. El tamaño
  - 1.6.5.2. La escala
  - 1.6.5.3. La proporción
  - 1.6.5.4. El formato

1.7. La composición
- 1.7.1. Introducción
- 1.7.2. La composición o sintaxis visual
- 1.7.3. El equilibrio
- 1.7.4. Elementos dinámicos de la representación
- 1.7.5. La composición normativa



1.8. El color y la luz
- 1.8.1. Introducción
- 1.8.2. Luz, color y percepción
  - 1.8.2.1. La luz y el espectro cromático visible
  - 1.8.2.2. La percepción de la luz y los colores
  - 1.8.2.3. La capacidad de adaptación del sistema perceptivo
  - 1.8.2.4. La temperatura de color de una fuente de luz
- 1.8.3. Los colores primarios
- 1.8.4. Técnicas básicas de reproducción del color
- 1.8.5. Dimensiones del color
- 1.8.6. Tipos de armonía y construcción de paletas
- 1.8.7. Funciones plásticas del color

1.9. La Tipografía
- 1.9.1. Introducción
- 1.9.2. Estructura formal y medición de los tipos
- 1.9.3. Clasificación de tipos de letra
- 1.9.4. La composición del texto
- 1.9.5. Cuestiones que afectan a la legibilidad

1.10. El diseño editorial y la infografía
- 1.10.1. Introducción
- 1.10.2. Diseño editorial
- 1.10.3. Infografía
- 1.10.4. Funciones del diseño periodístico
- 1.10.5. Acotación final del término diseño periodístico
- 1.10.6. Arbitrariedad o naturalidad del diseño periodístico
- 1.10.7. Articulación del lenguaje visual del diseño periodístico

Módulo 2. Análisis de la imagen audiovisual

2.1. Fundamentos teóricos y metodología de análisis
- 2.1.1. Diferencias entre la crítica y el análisis fílmico: el método científico
- 2.1.2. Criterios para la crítica cinematográfica

2.2. El análisis fílmico: instrumental y métodos I
- 2.2.1. La propuesta de Jaques y Michel Marie Aumont
- 2.2.2. La propuesta de Francesco Casetti y Federico di Chio

2.3. El análisis fílmico: instrumental y métodos II
- 2.3.1. El análisis fílmico según David Bordwell

2.4. El enfoque histórico del análisis cinematográfico
- 2.4.1. Los enfoques tradicionales
- 2.4.2. La propuesta de Robert Allen y David Gomery

2.5. El análisis de la imagen cinematográfica
- 2.5.1. La verosimilitud espacial y la planificación con fines dramáticos y psicológicos del modelo clásico
- 2.5.2. Los procesos de identificación
- 2.5.3. La aproximación estética

2.6. Aproximación cultural al análisis de la imagen fílmica
- 2.6.1. Análisis fílmico y cultura popular
- 2.6.2. Aproximaciones culturales al análisis fílmico

2.7. El análisis de la imagen televisiva
- 2.7.1. Principales métodos y técnicas de investigación para abordar el análisis televisivo
- 2.7.2. Estudio de casos

2.8. El enfoque histórico del análisis televisivo
- 2.8.1. El análisis televisivo desde una perspectiva histórica
- 2.8.2. Estudios de caso

2.9. Análisis de informativos audiovisuales
- 2.9.1. Análisis de los productos audiovisuales informativos
- 2.9.2. Estudio de casos

2.10. Análisis de la imagen publicitaria
- 2.10.1. Análisis de los productos audiovisuales persuasivos
- 2.10.2. Análisis del videoclip

Módulo 3. Periodismo cultural

3.1. Concepto y delimitaciones del periodismo cultural
- 3.1.1. Introducción: el concepto de cultura
- 3.1.2. La información cultural del arte
- 3.1.3. La información cultural de las artes escénicas
- 3.1.4. La información cultural del cine
- 3.1.5. La información cultural de la música
- 3.1.6. La información cultural de los libros

3.2. Los orígenes del periodismo cultural
- 3.2.1. Introducción
- 3.2.2. Los orígenes de la información cultural en la prensa
- 3.2.3. Los orígenes de la información cultural en la radio
- 3.2.4. Los orígenes de la información cultural en la televisión

3.3. La práctica del periodismo cultural
- 3.3.1. Introducción
- 3.3.2. Consideraciones generales
- 3.3.3. Factores de interés y criterios de valoración para la elaboración de la información cultural

3.4. Las fuentes del periodismo cultural
- 3.4.1. Introducción
- 3.4.2. Fuentes generales de la información cultural
- 3.4.3. Fuentes específicas de la información audiovisual de la cultura

3.5. Los géneros en la información cultural
- 3.5.1. Introducción
- 3.5.2. Noticia
- 3.5.3. Entrevista
- 3.5.4. Crónica
- 3.5.5. Reportaje

3.6. La diversificación actual de la información cultural en prensa, radio y televisión
- 3.6.1. Introducción
- 3.6.2. La información cultural en la prensa
- 3.6.3. La información cultural en la radio
- 3.6.4. La información cultural en la televisión

3.7. Cultura e Internet
- 3.7.1. Introducción
- 3.7.2. La cultura e Internet
- 3.7.3. Beneficios de la cultura

3.8. Marketing cultural
- 3.8.1. Introducción
- 3.8.2. Marketing cultural
- 3.8.3. ¿Cómo se realiza el Marketing cultural?

3.9. Análisis de la cultura
- 3.9.1. Introducción
- 3.9.2. Aproximación teórica y metodológica a la cultura
- 3.9.3. Cultura, comunicación y sentido
- 3.9.4. Cultura e imaginarios

3.10. Cibercultura y periodismo digital de contenidos culturales
- 3.10.1. Introducción
- 3.10.2. Definición de cibercultura
- 3.10.3. El periodismo digital de contenidos culturales
- 3.10.4. Claves del periodismo digital de contenidos culturales

Módulo 4. Movimientos artísticos contemporáneos

4.1. Introducción
- 4.1.1. La búsqueda de la modernidad en la arquitectura contemporánea
- 4.1.2. La arquitectura Occidental desde mediados del siglo XIX hasta la Primera Guerra Mundial

4.2. El Movimiento Moderno en arquitectura
- 4.2.1. Racionalismo, funcionalismo y vanguardia. Movimiento Moderno y Estilo Internacional
- 4.2.2. Las utopías del Futurismo, Expresionismo y Constructivismo Ruso
- 4.2.3. Arquitectura y totalitarismos

4.3. La arquitectura después de la Segunda Guerra Mundial (1945-1965)
- 4.3.1. La difusión del Estilo Internacional en EEUU y la reconstrucción de posguerra en Europa
- 4.3.2. La evolución de los CIAM y el Urbanismo Racionalista
- 4.3.3. El Organicismo
- 4.3.4. Brutalismo y expresionismo estructural

4.4. Arquitectura de la deconstrucción y el reciclaje (1965)
- 4.4.1. El High-Tech
- 4.4.2. La Deconstrucción en arquitectura
- 4.4.3. La era de la dispersión

4.5. El Impresionismo y los orígenes del arte moderno I
- 4.5.1. El Impresionismo: el color como herramienta de transformación de la pintura
- 4.5.2. Las vanguardias históricas: Postimpresionismo, Puntillismo, Neoimpresionismo, Fauvismo

4.6. El Impresionismo y los orígenes del arte moderno II
- 4.6.1. La vía analítica: el Cubismo y la transformación del arte desde el volumen de las cosas. El Futurismo
- 4.6.2. La vía espiritual: Kandinsky, Malevich, Mondrian y la abstracción
- 4.6.3. La vía subjetiva: expresionismos y surrealismos

4.7. El nuevo sistema del arte tras la II Guerra Mundial. La institucionalización de la vanguardia
- 4.7.1. La vía intelectual: Duchamp, del dadaísmo al arte conceptual

4.8. El Arte pop: gusto popular y Kistch Vs. "alta cultura"
- 4.8.1. La vía irónica: Warhol y el arte pop
- 4.8.2. Influencias del Arte pop en el cine

4.9. Arte minimal y conceptual
- 4.9.1. Hacia la desmaterialización de la obra de arte: arte minimal y arte conceptual
- 4.9.2. Artes de la acción: la crítica al sistema. *Performance*, *happening*, *body-art*, *land-art*

4.10. La posmodernidad. El retorno a la pintura: transvanguardia y neoexpresionismos
- 4.10.1. El retorno de la pintura: transvanguardia y neoexpresionismos
- 4.10.2. Arte y posestructuralismo
- 4.10.3. Las opciones comprometidas

Módulo 5. Estructura del sistema audiovisual

5.1. Una introducción a las Industrias Culturales (IC)
- 5.1.1. Conceptos de cultura. Cultura-Comunicación
- 5.1.2. Teoría y evolución de las IC: tipología y modelos

5.2. Industria cinematográfica I
- 5.2.1. Características y agentes principales
- 5.2.2. Estructura del sistema cinematográfico

5.3. Industria cinematográfica II
- 5.3.1. La industria cinematográfica estadounidense
- 5.3.2. Las productoras independientes
- 5.3.3. Problemas y debates en la industria cinematográfica

5.4. Industria cinematográfica III
- 5.4.1. La regulación cinematográfica: Estado y cultura. Políticas de protección y promoción de la cinematografía
- 5.4.2. Caso de estudio

5.5. Industria televisiva I
- 5.5.1. La televisión económica
- 5.5.2. Modelos fundadores
- 5.5.3. Transformaciones

5.6. Industria televisiva II
- 5.6.1. La industria televisiva norteamericana
- 5.6.2. Características principales
- 5.6.3. La regulación estatal

5.7. Industria televisiva III
- 5.7.1. La televisión de servicio público en Europa
- 5.7.2. Crisis y debates

5.8. Los ejes del cambio
- 5.8.1. Los nuevos procesos en el audiovisual
- 5.8.2. Debates regulatorios

5.9. Televisión Digital Terrestre (TDT)
- 5.9.1. Papel del Estado y experiencias
- 5.9.2. Las nuevas características del sistema televisivo

5.10. Nuevos operadores en el paisaje audiovisual
- 5.10.1. Plataformas de servicios *Over The Top* (OTT)
- 5.10.2. Consecuencias de su aparición

Módulo 6. Cine norteamericano y cine europeo

6.1. Los orígenes del cine. Primeros movimientos cinematográficos
- 6.1.1. El grupo de los pioneros
- 6.1.2. El cine de Georges Melié
- 6.1.3. La Escuela de Brighton
- 6.1.4. Film d'Art
- 6.1.5. Movimiento Kolosal

6.2. La articulación del lenguaje cinematográfico. El esplendor del cine mudo
- 6.2.1. Hacia un lenguaje cinematográfico: David W. Griffith
- 6.2.2. Cine expresionista alemán
- 6.2.3. El cine revolucionario soviético

6.3. Cine clásico de Hollywood I
- 6.3.1. El sistema de estudios
- 6.3.2. Las estrellas de Hollywood
- 6.3.3. Hollywood: fábrica de géneros
- 6.3.4. La teoría de los géneros cinematográficos

6.4. Cine clásico de Hollywood II
- 6.4.1. Los géneros en el cine clásico estadounidense: el drama, la comedia, cine negro

6.5. Cine clásico de Hollywood III
- 6.5.1. Los géneros en el cine clásico estadounidense: el suspense, el western, cine bélico, el musical
- 6.5.2. La evolución de los géneros

6.6. El cine europeo tras la Segunda Guerra mundial
- 6.6.1. La crisis del modelo clásico: contexto histórico. El Neorrealismo
- 6.6.2. Los nuevos cines: *Nouvelle vague*
- 6.6.3. Los nuevos cines: el Free Cinema

6.7. Vanguardias clásicas y modernas
- 6.7.1. El cine experimental
- 6.7.2. Expresionismo, Dadaísmo, Surrealismo,
- 6.7.3. Casos de estudio

6.8. Pervivencia y ocaso de los clásicos. El Nuevo Hollywood
- 6.8.1. Aportaciones europeas al cine americano
- 6.8.2. Autores y películas

6.9. Otros cines de la era contemporánea
- 6.9.1. Cine social británico
- 6.9.2. Movimiento Dogma
- 6.9.3. Cine de autor

6.10. Tecnología y estética: el cine en la era del audiovisual
- 6.10.1. La llegada del cine digital
- 6.10.2. Estudio de caso

Módulo 7. Cine en Hispanoamérica, Asia y África

7.1. Aproximación teórica y metodológica
- 7.1.1. Debates teóricos sobre terminología y categorías geopolíticas
- 7.1.2. El estudio del cine periférico
- 7.1.3. El estudio del cine latinoamericano

7.2. Historia del cine hispanoamericano
- 7.2.1. Argentina
- 7.2.2. México
- 7.2.3. Otras cinematografías

7.3. Claves del cine hispanoamericano contemporáneo I
- 7.3.1. Argentina
- 7.3.2. México

7.4. Claves del cine hispanoamericano contemporáneo II
- 7.4.1. Brasil
- 7.4.2. Uruguay
- 7.4.3. Chile
- 7.4.4. Colombia

7.5. Cine transnacional en Hispanoamérica
- 7.5.1. El cine (trans) nacional de América Latina
- 7.5.2. Las relaciones cinematográficas entre México, Argentina y España
- 7.5.3. Coproducciones cinematográficas

7.6. El cine en Asia
- 7.6.1. El cine en un contexto periférico
- 7.6.2. El nacimiento de la industria del cine
- 7.6.3. El desarrollo del cine en Asia

7.7. El cine en África
- 7.7.1. Nigeria
- 7.7.2. Marruecos
- 7.7.3. Otras cinematografías

7.8. El cine en India
- 7.8.1. El primer cine
- 7.8.2. El cine de la India independiente
- 7.8.3. De Satyajit Ray al nuevo cine
- 7.8.4. Cine contemporáneo: Bollywood

7.9. Perspectivas transnacionales. Cine en diáspora
- 7.9.1. Cine de la diáspora
- 7.9.2. Cine colonial español en África
- 7.9.3. Otros cines de la diáspora y perspectivas transnacionales

7.10. Cine de las mujeres en Hispanoamérica, Asia, África e India
- 7.10.1. Introducción
- 7.10.2. Latinoamérica, España
- 7.10.3. Asia, Norte de África, India

Módulo 8. Industrias culturales y nuevos modelos de negocios de la comunicación

8.1. Los conceptos de cultura, economía, comunicación, tecnología, IC
- 8.1.1. Cultura, economía, comunicación
- 8.1.2. Las industrias culturales

8.2. Tecnología, comunicación y cultura
- 8.2.1. La cultura artesanal mercantilizada
- 8.2.2. Del espectáculo en vivo a las artes plásticas
- 8.2.3. Museos y patrimonio

8.3. Los grandes sectores de las industrias culturales
- 8.3.1. Los productos editoriales
- 8.3.2. Las IC de flujo
- 8.3.3. Los modelos híbridos

8.4. La era digital en las industrias culturales
- 8.4.1. Las industrias culturales digitales
- 8.4.2. Nuevos modelos en la era digital

8.5. Medios digitales y medios de comunicación en la era digital
- 8.5.1. El negocio de la prensa *online*
- 8.5.2. La radio en el entorno digital
- 8.5.3. Particularidades de los medios de comunicación en la era digital

8.6. La globalización y la diversidad en la cultura
- 8.6.1. Concentración, internacionalización y globalización de las industrias culturales
- 8.6.2. La lucha por la diversidad cultural

8.7. Las Políticas culturales y de los cooperación
- 8.7.1. Políticas culturales
- 8.7.2. El papel de los Estados y de las regiones de países

8.8. La diversidad musical en la nube
- 8.8.1. El sector de la música hoy en día
- 8.8.2. La nube
- 8.8.3. Iniciativas latino/iberoamericanas

8.9. Diversidad en la industria audiovisual
- 8.9.1. Del pluralismo a la diversidad
- 8.9.2. Diversidad, cultura y comunicación
- 8.9.3. Conclusiones y propuestas

8.10. Diversidad audiovisual en Internet
- 8.10.1. El sistema audiovisual en la era de Internet
- 8.10.2. La oferta televisiva y la diversidad
- 8.10.3. Conclusiones

Módulo 9. Géneros, formatos y programación en televisión

9.1. El género en televisión
- 9.1.1. Introducción
- 9.1.2. Los géneros de la televisión

9.2. El formato en televisión
- 9.2.1. Aproximación al concepto de formato
- 9.2.2. Los formatos de la televisión

9.3. Crear televisión
- 9.3.1. El proceso creativo en entretenimiento
- 9.3.2. El proceso creativo en ficción

9.4. Evolución de los formatos en el mercado internacional actual I
- 9.4.1. La consolidación del formato
- 9.4.2. El formato de la telerrealidad
- 9.4.3. Novedades en *Reality* TV
- 9.4.4. Televisión digital terrestre y crisis financiera

9.5. Evolución de los formatos en el mercado internacional actual II
- 9.5.1. Los mercados emergentes
- 9.5.2. Marcas globales
- 9.5.3. La televisión se reinventa
- 9.5.4. La era de la globalización

9.6. Vender el formato. El *Pitching*
- 9.6.1. Venta de un formato televisivo
- 9.6.2. El *Pitching*

9.7. Introducción a la programación televisiva
- 9.7.1. La función de la programación
- 9.7.2. Factores que inciden en la programación

9.8. Los modelos de programación televisiva
- 9.8.1. Estados Unidos y Reino Unido
- 9.8.2. España

9.9. El ejercicio profesional de la programación televisiva
- 9.9.1. El departamento de programación
- 9.9.2. Programar para televisión

9.10. El estudio de las audiencias
- 9.10.1. Investigación de la audiencia en televisión
- 9.10.2. Conceptos e índices de audiencia

Módulo 10. Cine, televisión y sociedad contemporánea

10.1. Visualidad y mirada
- 10.1.1. Aprender a mirar
- 10.1.2. La antropología visual
- 10.1.3. La visión

10.2. Imágenes de la diferencia
- 10.2.1. La construcción
- 10.2.2. La representación
- 10.2.3. La significación

10.3. El imaginario
- 10.3.1. El imaginario
- 10.3.2. Estructuras antropológicas del imaginario
- 10.3.3. La convención

10.4. Modos de representación
- 10.4.1. Introducción
- 10.4.2. El cine
- 10.4.3. La televisión

10.5. Comunicación y cultura popular
- 10.5.1. Los estudios culturales
- 10.5.2. La teoría crítica de los medios de comunicación
- 10.5.3. La cultura popular

10.6. Representación y alteridad
- 10.6.1. Introducción
- 10.6.2. Representación y alteridad en el imaginario occidental del africanismo

10.7. Representación y "*Star system*"
- 10.7.1. El "*Star System*" como producto cultural
- 10.7.2. Caso de estudio

10.8. La representación de la mujer en las series de ficción
- 10.8.1. Introducción
- 10.8.2. Casos de estudio

10.9. La representación del control social en las series de ficción
- 10.9.1. Introducción
- 10.9.2. Casos de estudio

10.10. Representaciones del terrorismo en el cine y la televisión
- 10.10.1. El terrorismo en España
- 10.10.2. Representaciones del terrorismo

Estudia a tu ritmo, con la flexibilidad de un programa que compagina el aprendizaje con otras ocupaciones de forma cómoda y real"

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.

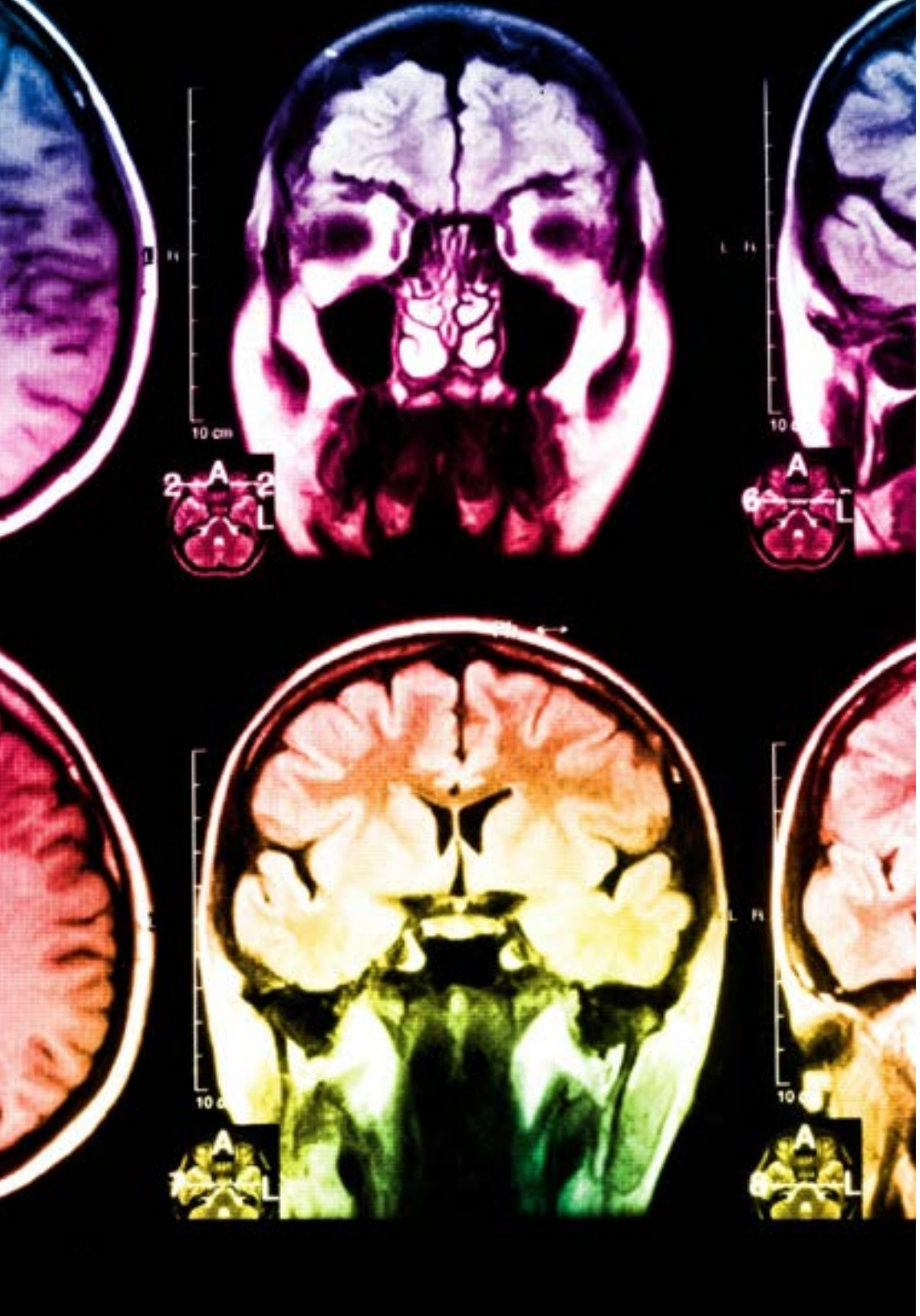
Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

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.

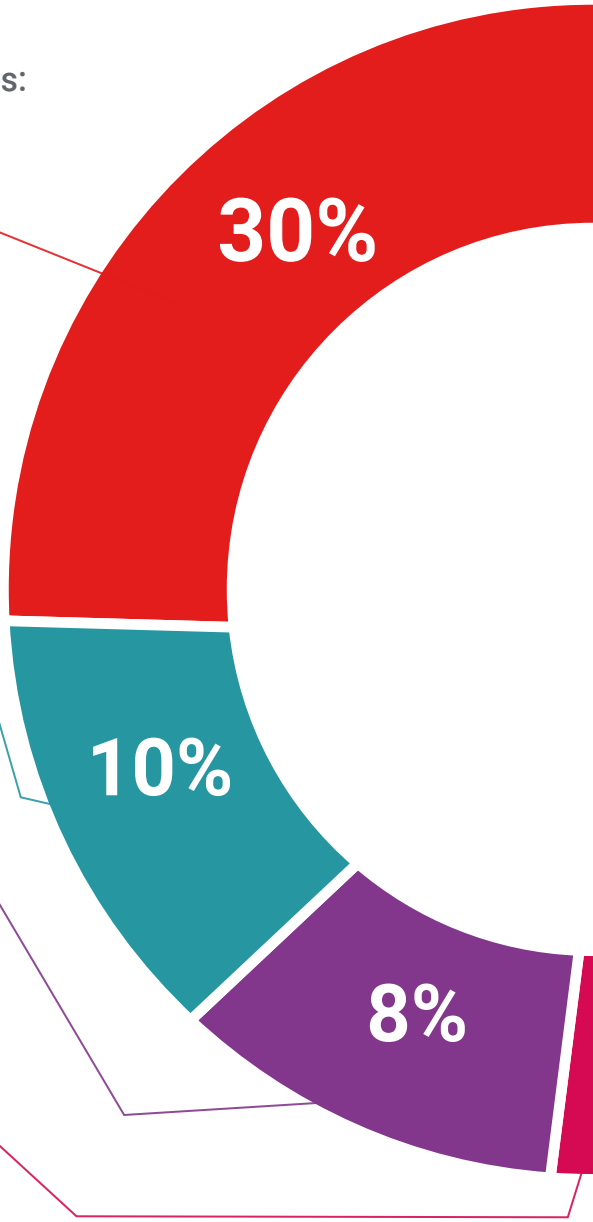
El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.

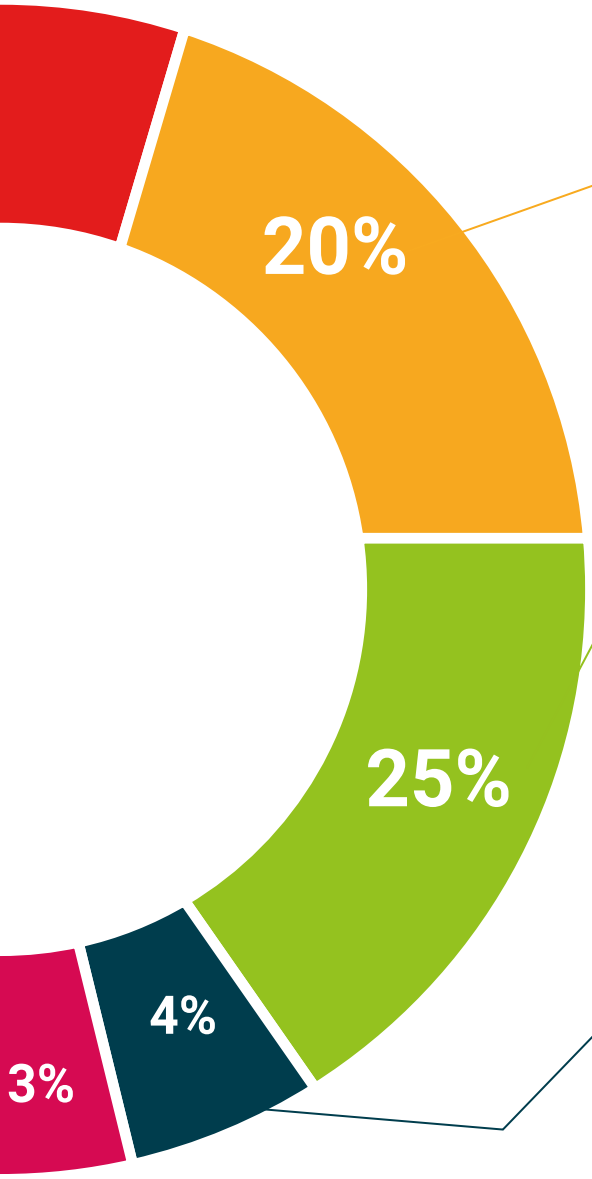
Prácticas de habilidades y competencias

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 Máster Título Propio en Teoría y Crítica del Producto Audiovisual 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 **Máster Título Propio en Teoría y Crítica del Producto Audiovisual** contiene el programa científico 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**.

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

Título: **Máster Título Propio en Teoría y Crítica del Producto Audiovisual**

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

Teoría y Crítica del Producto Audiovisual

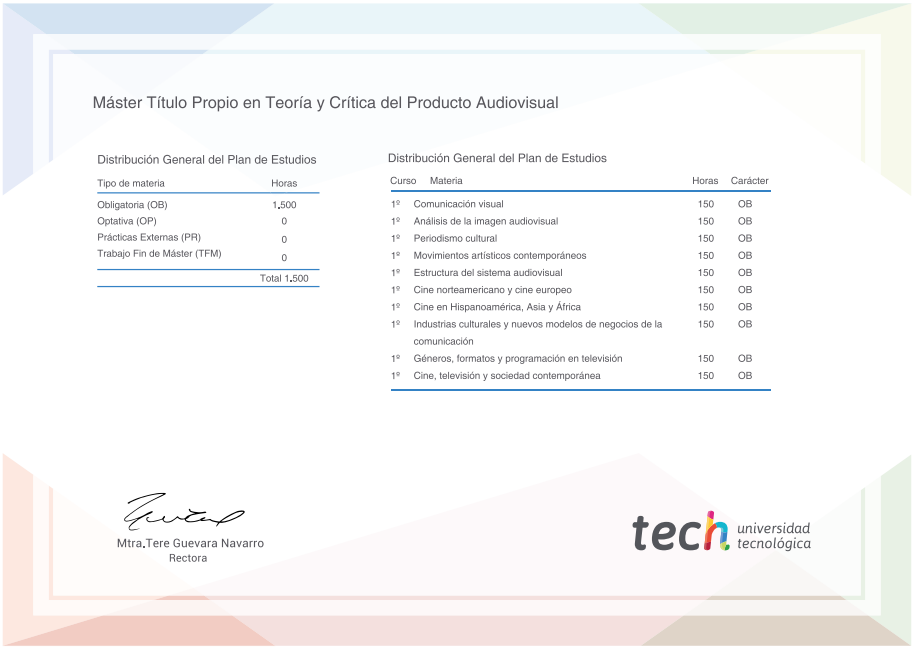
Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 1.500 horas, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

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

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



Máster Título Propio en Teoría y Crítica del Producto Audiovisual

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	Comunicación visual	150	OB
1º	Análisis de la imagen audiovisual	150	OB
1º	Periodismo cultural	150	OB
1º	Movimientos artísticos contemporáneos	150	OB
1º	Estructura del sistema audiovisual	150	OB
1º	Cine norteamericano y cine europeo	150	OB
1º	Cine en Hispanoamérica, Asia y África	150	OB
1º	Industrias culturales y nuevos modelos de negocios de la comunicación	150	OB
1º	Géneros, formatos y programación en televisión	150	OB
1º	Cine, televisión y sociedad contemporánea	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
Teoría y Crítica del Producto Audiovisual

Modalidad: **Online**
Duración: **12 meses**
Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **1.500 h.**

Máster Título Propio

Teoría y Crítica del Producto Audiovisual



tech universidad tecnológica