Grand Master

Alta Dirección de la Industria Audiovisual



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Grand Master

Alta Dirección de la Industria Audiovisual

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

Índice

01 Presentación — pág. 4

02 Objetivos — pág. 8

03 Competencias — pág. 12

04 Dirección del curso — pág. 16

05 Estructura y contenido — pág. 20

06 Metodología — pág. 34

07 Titulación — pág. 42

01

Presentación

El sector audiovisual es fundamental en diferentes áreas, ya que la unión de imagen y sonido es el complemento perfecto para muchas creaciones. En el ámbito del diseño su relevancia adquiere cada vez más importancia, ya sea a nivel publicitario o de creación de videojuegos, por ejemplo, donde el formato audiovisual es indispensable. Sin duda, los profesionales del diseño que deseen dedicarse profesionalmente a la gestión empresarial de compañías audiovisuales necesitan encontrar programas adecuados a sus necesidades, en el que se complementen los conocimientos de ambas áreas. TECH, pensando en esta necesidad, ha creado un programa de gran nivel académico, que será fundamental para su desarrollo laboral y para alcanzar el éxito de su empresa.





Los profesionales del diseño con una cualificación superior en Alta Dirección de la Industria Audiovisual tendrán una oportunidad única para abrirse un hueco en un sector ampliamente competitivo"

La industria audiovisual ha vivido un gran crecimiento en las últimas décadas. Nuevas herramientas digitales y nuevos formatos han llegado para revolucionar el sector y, aunque parezca que está todo hecho, la innovación sigue siendo la base de un área que cada día sorprende al público con nuevas producciones. Su importancia es tal que estas producciones audiovisuales pueden llegar a prácticamente la totalidad de los ciudadanos y, gracias a la globalización y el avance de las redes, estos productos ya no tienen límites físicos para ser consumidos en cualquier parte del mundo. De ahí que el aporte de esta industria a la economía mundial sea cada vez mayor.

La alta dirección de este tipo de empresas en el sector del diseño requiere de unos conocimientos determinados, por lo que cada vez son más los profesionales que deciden matricularse en programas y universidades de primer nivel para mejorar su capacitación y abrirse un hueco en un sector de amplia competencia, que demanda profesionales con experiencia, pero, sobre todo, con conocimientos superiores en el sector. Teniendo en cuenta esta premisa, TECH ha diseñado un Grand Master de alto nivel académico, que incluye lo mejor de un MBA y los conceptos y estrategias específicos de la industria audiovisual. De esta manera, el temario recorre los conceptos principales de la industria audiovisual y cultura, estudiando acerca del periodismo cultural y su manera de trabajar. La parte técnica también adquiere un apartado relevante en este programa, centrada en la realización de los proyectos, llevando al alumno desde la idea hasta la puesta en escena. Una oportunidad única para aprender la estructura del sistema audiovisual y la producción de este tipo de contenidos, al mismo tiempo que se estudian los nuevos géneros y formatos que se están utilizando en televisión.

El programa, además, combina a la perfección los contenidos teóricos con los prácticos, dotando a cada uno de la importancia que merecen y favoreciendo el aprendizaje de manera contextual, de tal manera que los alumnos, mientras estudian, se enfrentan a casos con los que pueden encontrarse en situaciones reales. Así mismo, una de las principales ventajas de este programa es que lo cursarán de manera 100% online, sin necesidad de traslados ni horarios específicos, por lo que será el propio alumno el que pueda autogestionar su estudio, planificando sus horarios y ritmo de aprendizaje, lo que será de gran utilidad para poder compaginarlo con el resto de sus obligaciones diarias.

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

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

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

TECH es una universidad del siglo XXI y, por eso, apuesta por la combinación perfecta de teoría y práctica para mejorar la capacitación de sus alumnos"

La metodología didáctica de este programa es la más novedosa del panorama académico actual.

Un formato totalmente digital que será fundamental para compaginar el estudio con el resto de tus obligaciones diarias.

Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito del diseño, que vierten en este programa la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

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

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



02

Objetivos

Este Grand Master de TECH ha sido diseñado para cumplir con los objetivos académicos de los profesionales del diseño en el ámbito de la Alta Dirección de la Industria Audiovisual. De esta manera, al finalizar de cursarlo, el alumno habrá adquirido las habilidades necesarias para gestionar de manera exitosa este tipo de compañías, situándose como un profesional de referencia en la compañía y aportando toda su valía para llevar a la empresa hacia la excelencia.





Lograr cumplir sus objetivos académicos y laborales es el reto que se plantean todos los profesionales, por lo que no debes perder la oportunidad de mejorar tu capacitación con este programa"

Objetivos generales

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

Conoce las particularidades de la industria audiovisual y aprende a gestionar los diferentes formatos existentes"





Objetivos específicos

- Definir las últimas tendencias en gestión empresarial, atendiendo al entorno globalizado que rige los criterios de la alta dirección
- Desarrollar las principales habilidades de liderazgo que deben definir a los profesionales en activo
- Elaborar estrategias para llevar a cabo la toma de decisiones en un entorno complejo e inestable
- Crear estrategias corporativas que marquen el guion que debe seguir la empresa para ser más competitiva y lograr sus propios objetivos
- Desarrollar las competencias esenciales para dirigir estratégicamente la actividad empresarial
- Tener las competencias transversales y específicas necesarias para afrontar con éxito la realidad del periodismo cultural en distintos ámbitos
- Adquirir la capacidad de planificar secuencias narrativas y documentales en función de los medios disponibles
- Aprender la naturaleza e interrelaciones entre los sujetos de la comunicación audiovisual: autores, instituciones, empresas, medios, soportes y receptores
- Conocer los orígenes históricos de la producción audiovisual y su evolución en la sociedad contemporánea
- Identificar los conceptos teóricos que definen los procesos de producción de las obras audiovisuales
- Proporcionar al alumno los fundamentos teóricos y técnicos, así como las habilidades instrumentales para afrontar, desde el punto de vista narrativo y estético, la realización de ficción audiovisual, en diferentes soportes y tecnologías
- Estudiar las transformaciones acontecidas en las industrias culturales en la oferta y el consumo en las redes digitales, en sus aspectos económicos, políticos y socioculturales
- Conocer los conceptos fundamentales que rigen la distribución, la comercialización y la difusión de un producto audiovisual en la sociedad contemporánea
- Saber interpretar, analizar y comentar un formato televisivo desde una perspectiva profesional, estética y cultural
- Comprender las transformaciones derivadas de la digitalización en la industria audiovisual
- Entender del proceso creativo e industrial en la elaboración de un guion de ficción para televisión

03

Competencias

El diseño es un sector muy amplio que se desarrolla a lo largo de diferentes especialidades. En este caso, TECH ha creado este Grand Master para ofrecer a los profesionales la cualificación superior que demandan en la industria audiovisual, de tal manera que puedan adquirir las habilidades necesarias para manejarse con éxito en el ámbito de la gestión y dirección audiovisual. Un programa único que marcará un antes y un después en su capacitación, logrando alcanzar el éxito en el sector.





Adquirir las competencias necesarias para gestionar empresas audiovisuales te permitirá lograr el éxito en el sector”

Competencias generales

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

Un programa que te permitirá dar un salto cualitativo a tu carrera"



Competencias específicas

- Realizar una gestión global de la empresa, aplicando técnicas de liderazgo que influyan en el rendimiento de los trabajadores, de tal manera que se logren los objetivos de la empresa
- Formar parte y liderar la estrategia corporativa y competitiva de la empresa
- Resolver conflictos empresariales y problemas entre los trabajadores
- Realizar una correcta gestión de equipos que permitan mejorar la productividad y, por tanto, los beneficios de la empresa
- Llevar a cabo el control económico y financiero de la empresa
- Controlar los procesos logísticos, así como de compras y aprovisionamiento de la compañía
- Profundizar en los nuevos modelos de negocios de los sistemas de información
- Aplicar las estrategias más adecuadas para apostar por el comercio electrónico de los productos de la empresa
- Elaborar y liderar planes de marketing
- Apostar por la innovación en todos los procesos y áreas de la empresa
- Usar las redes sociales en un entorno periodístico
- Conocer la composición de los equipos de realización audiovisual
- Organizar una puesta en escena adecuadas a los objetivos del proyecto audiovisual
- Planificar acciones narrativas ajustadas los medios disponibles
- Dominar las diferentes fases del proyecto audiovisual
- Conocer y aplicar las estructuras organizativas de la comunicación audiovisual
- Saber cómo adaptarse a las formas de consumo de cada momento
- Conocer el código relacional de los distintos agentes de la comunicación audiovisual
- Describir la evolución histórica de la producción audiovisual
- Crear productos ajustados a la financiación disponible
- Planificar la amortización de los productos audiovisuales
- Realizar un producto audiovisual en los diferentes soportes

04

Dirección del curso

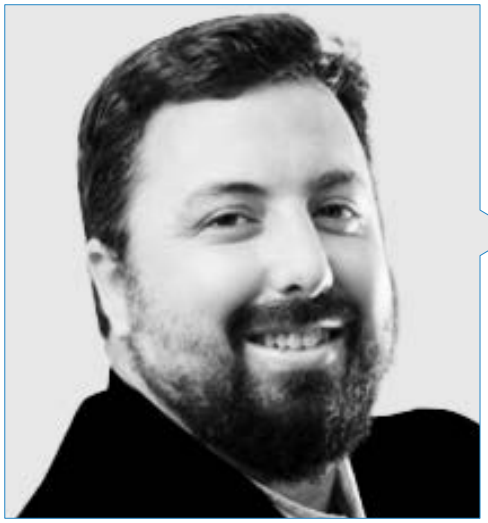
Dado que la Industria Audiovisual requiere de profesionales altamente capacitados, TECH ha recurrido a los mejores docentes y líderes en Alta Dirección para elaborar todos los contenidos de este Grand Master. Así, el diseñador obtendrá los conocimientos de gestión de recursos y administración de personas de mano de auténticos líderes, conocedores de los entornos directivos de mayor presión y responsabilidad.





Podrás consultar todas tus dudas directamente con el personal docente del programa, resultando en una experiencia académica completamente personalizada a tus interes"

Dirección



D. Ledesma Carrillo, Carlos Atxoña

- Responsable del Área Internacional en Transporte Interurbanos de Tenerife S.A.
- Asesor jurídico en Transporte Interurbanos de Tenerife S.A.
- Legal Manager en Avalon *Biz Consulting*
- Formador en cursos orientados a la Protección de Datos
- Doctorado en Desarrollo Regional por la Universidad de La Laguna
- Licenciado en Derecho en la Universidad de La Laguna
- Diplomado en Project Management la Universidad Rey Juan Carlos
- MBA Máster en Administración y Dirección De Empresas en la Universidad Europea de Canarias

Profesores

D. González Peña, Alexis José

- Director del Área Financiera en CajaSiete Caja Rural
- Auditor interno senior en Bankia
- Auditor interno senior en Caja Insular de Ahorros de Canarias
- Diplomado en Ciencias Empresariales por la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria
- Auditor senior experience en Deloitte
- Licenciado en Dirección y Administración de Empresas por la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria
- Máster en Tributación y Asesoría Fiscal por el Centro de Estudios Financieros
- Executive Máster en Dirección Financiera y Finanzas Avanzadas por el Instituto Superior en Técnicas y Prácticas Bancarias
- Experto en Planificación Financiera y Control de Gestión en Banca por Analistas Financieros Internacionales
- Experto en Desarrollo Directivo en Gestión de Carteras por Analistas Financieros Internacionales



05

Estructura y contenido

La estructura de este Grand Master en Alta Dirección de la Industria Audiovisual ha sido desarrollada pensando en las necesidades de especialización de los profesionales del diseño, que encontrarán en este programa una oportunidad única para conocer los conceptos más novedosos en este campo, lo que les permitirá dar un paso más en su carrera. Además, la distribución del temario hace más fácil el estudio, pudiendo gestionar el propio alumno su tiempo y autodirigir su aprendizaje.





El programa académico más completo sobre dirección de empresas audiovisuales del mercado actual"

Módulo 1. Liderazgo, ética y RSC

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

1.2. Liderazgo
- 1.2.1. Entorno intercultural
- 1.2.2. Liderazgo y dirección de empresas
- 1.2.3. Roles y responsabilidades directivas

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

1.4. Sostenibilidad
- 1.4.1. Empresa y desarrollo sostenible
- 1.4.2. Impacto social, ambiental y económico
- 1.4.3. Agenda 2030 y ODS

1.5. Responsabilidad social de la empresa
- 1.5.1. Responsabilidad social de las empresas
- 1.5.2. Roles y responsabilidades
- 1.5.3. Implementación de la Responsabilidad social corporativa

Módulo 2. Dirección estratégica y *management* directivo

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

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

2.3. Planificación y formulación estratégica
- 2.3.1. Pensamiento estratégico
- 2.3.2. Formulación y planificación estratégica
- 2.3.3. Sostenibilidad y estrategia corporativa

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

2.5. Dirección estratégica
- 2.5.1. Misión, visión y valores estratégicos
- 2.5.2. *Balanced Scorecard*/cuadro de mando
- 2.5.3. Análisis, monitorización y evaluación de la estrategia corporativa
- 2.5.4. Dirección estratégica y *reporting*

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

2.7. Management directivo
- 2.7.1. Integración de estrategias funcionales en las estrategias globales de negocio
- 2.7.2. Política de gestión y procesos
- 2.7.3. *Knowledge management*

2.8. Análisis y resolución de casos/problemas
- 2.8.1. Metodología de resolución de problemas
- 2.8.2. Método del caso
- 2.8.3. Posicionamiento y toma de decisiones



Módulo 3. Dirección de personas y gestión del talento

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

3.2. Dirección estratégica de personas
- 3.2.1. Dirección de personas y alineación estratégica
- 3.2.2. Plan estratégico de recursos humanos: diseño e implementación
- 3.2.3. Análisis de puestos de trabajo; diseño y selección de personas
- 3.2.4. Formación y desarrollo profesional

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

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

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

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

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

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

Módulo 4. Dirección económico-financiera

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

4.2. Contabilidad directiva
- 4.2.1. Marco internacional de contabilidad
- 4.2.2. Introducción al ciclo contable
- 4.2.3. Estados contables de las empresas
- 4.2.4. Análisis de los estados contables: toma de decisiones

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

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

4.5. Sistemas de control de las empresas
- 4.5.1. Tipologías de control
- 4.5.2. Cumplimiento normativo / *Compliance*
- 4.5.3. Auditoría interna
- 4.5.4. Auditoría externa

4.6. Dirección financiera
- 4.6.1. Introducción a la dirección financiera
- 4.6.2. Dirección financiera y estrategia corporativa
- 4.6.3. Director financiero o *Chief Financial Officer* (CFO): competencias directivas

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

4.8. Estrategia financiera corporativa
- 4.8.1. Inversiones financieras corporativas
- 4.8.2. Crecimiento estratégico: tipologías

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

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

4.11. Mercados monetarios y de capitales
- 4.11.1. Mercado de renta fija
- 4.11.2. Mercado de renta variable
- 4.11.3. Valoración de empresas

4.12. Análisis y resolución de casos/problemas
- 4.12.1. Metodología de resolución de problemas
- 4.12.2. Método del caso

Módulo 5. Dirección de operaciones y logística

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

5.2. Dirección de compras
- 5.2.1. Gestión de stocks
- 5.2.2. Gestión de almacenes
- 5.2.3. Gestión de compras y aprovisionamiento

5.3. *Supply chain management (1)*
- 5.3.1. Costes y eficiencia de la cadena de operaciones
- 5.3.2. Cambio en los patrones de demanda
- 5.3.3. Cambio en la estrategia de las operaciones

5.4. *Supply chain management (2).* Ejecución
- 5.4.1. *Lean manufacturing / lean thinking*
- 5.4.2. Dirección logística
- 5.4.3. Compras

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

5.6. Logística y clientes
- 5.6.1. Análisis de demanda y previsión
- 5.6.2. Previsión y planificación de ventas
- 5.6.3. *Collaborative planning forecasting & replacement*

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

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

Módulo 6. Dirección de sistemas de información

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

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

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

6.4. Sistemas de información y *Business Intelligence*
- 6.4.1. CRM y *Business Intelligence*
- 6.4.2. Gestión de proyectos de *Business Intelligence*
- 6.4.3. Arquitectura de *Business Intelligence*

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

6.6. Comercio electrónico
- 6.6.1. Plan estratégico de comercio electrónico
- 6.6.2. Gestión logística y atención al cliente en el comercio electrónico
- 6.6.3. *E-commerce* como oportunidad de internacionalización

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

6.8. *Digital business*
- 6.8.1. *Mobile e-commerce*
- 6.8.2. Diseño y usabilidad
- 6.8.3. Operaciones del comercio electrónico

Módulo 7. Dirección comercial, marketing y comunicación corporativa

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

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

7.3. Gestión estratégica de marketing
- 7.3.1. Tendencias actuales en marketing
- 7.3.2. Herramientas de marketing
- 7.3.4. Estrategia de marketing y comunicación con los clientes

7.4. Estrategia de marketing digital
- 7.4.1. Aproximación al marketing digital
- 7.4.2. Herramientas de marketing digital
- 7.4.3. *Inbound marketing* y evolución del marketing digital

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

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

7.7. Estrategia de comunicación corporativa
- 7.7.1. Estrategia corporativa de comunicación
- 7.7.2. Plan de comunicación
- 7.7.3. Redacción de comunicados de prensa/ *Clipping / Publicity*

Módulo 8. Innovación y dirección de proyectos

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

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

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

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

Módulo 9. Periodismo cultural

9.1. El Periodismo Cultural en los medios convencionales y su integración en el mundo digital
9.2. El arte de contar las historias
9.3. Guías esenciales de documentación periodística cultural
9.4. La filosofía 3.0 de la comunicación
9.5. Gestión de medios y Redes Sociales
9.6. Contenidos periodísticos interactivos
9.7. Los paradigmas de la comunicación
9.8. Posicionamiento web: SEO, SEM, SMO, SMM, SERM. Contenidos periodísticos especializados
9.9. Análisis de la cultura
9.10. Cibercultura y periodismo digital de contenidos culturales

Módulo 10. Teoría y técnica de la realización

10.1. La Realización como construcción de la obra audiovisual. El equipo de trabajo
  10.1.1. Del guion literario al guion técnico o escaleta
  10.1.2. El equipo de trabajo
10.2. Los elementos de la puesta en pantalla. Los materiales de la construcción
  10.2.1. La preadaptación espacial. Dirección artística
  10.2.2. Los elementos de la puesta en pantalla
10.3. La preproducción. Los documentos de la realización
  10.3.1. El guion técnico
  10.3.2. La planta escenográfica
  10.3.3. *El storyboard*
  10.3.4. Planificar
  10.3.5. El plan de rodaje
10.4. El valor expresivo del sonido
  10.4.1. Tipología de los elementos sonoros
  10.4.2. Construcción del espacio sonoro
10.5. El valor expresivo de la luz
  10.5.1. Valor expresivo de la luz
  10.5.2. Técnicas de iluminación básicas
10.6. Técnicas básicas de rodaje monocámara
  10.6.1. Usos y técnicas del rodaje monocámara
  10.6.2. El subgénero del *found footage*. Cine de ficción y documental
  10.6.3. La realización monocámara en televisión
10.7. El montaje
  10.7.1. El montaje como ensamblaje. La reconstrucción del espacio-tiempo
  10.7.2. Técnicas de montaje no lineal
10.8. Postproducción y etalonaje
  10.8.1. Postproducción
  10.8.2. Concepto de montaje vertical
  10.8.3. Etalonaje
10.9. Los formatos y el equipo de realización
  10.9.1. Formatos multicámara
  10.9.2. El estudio y el equipo
10.10. Claves, técnicas y rutinas en la realización multicámara
  10.10.1. Técnicas multicámara
  10.10.2. Algunos formatos habituales

Módulo 11. Estructura del sistema audiovisual

11.1. Una introducción a las Industrias Culturales (I.C.)
  11.1.1. Conceptos de cultura. Cultura-Comunicación
  11.1.2. Teoría y evolución de las I.C.: tipología y modelos
11.2. Industria cinematográfica I
  11.2.1. Características y agentes principales
  11.2.2. Estructura del sistema cinematográfico
11.3. Industria cinematográfica II
  11.3.1. La industria cinematográfica estadounidense
  11.3.2. Las productoras independientes
  11.3.3. Problemas y debates en la industria cinematográfica
11.4. Industria cinematográfica III
  11.4.1. La regulación cinematográfica: Estado y cultura. Políticas de protección y promoción de la cinematografía
  11.4.2. Caso de estudio

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

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

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

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

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

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

Módulo 12. Producción audiovisual

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Módulo 13. Realización de ficción y dirección de actores

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

14.1. Los conceptos de cultura, economía, comunicación, tecnología e IC
- 14.1.1. Cultura, economía y comunicación
- 14.1.2. Las industrias culturales

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

14.3. Los grandes sectores de las industrias culturales
- 14.3.1. Los productos editoriales
- 14.3.2. Las I.C. de flujo
- 14.3.3. Los modelos híbridos

14.4. La era digital en las industrias culturales
- 14.4.1. Las industrias culturales digitales
- 14.4.2. Nuevos modelos en la era digital

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

14.6. La globalización y la diversidad en la cultura
- 14.6.1. Concentración, internacionalización y globalización de las industrias culturales
- 14.6.2. La lucha por la diversidad cultural

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

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

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

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

Módulo 15. Gestión y promoción de productos audiovisuales

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Módulo 16. Géneros, formatos y programación en televisión

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Módulo 17. El público audiovisual

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Módulo 18. Guion de televisión: programas y ficción

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



Realiza un recorrido académico de gran calidad que será fundamental para tu desarrollo profesional en el ámbito audiovisual”

06

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 facultades del mundo. 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.

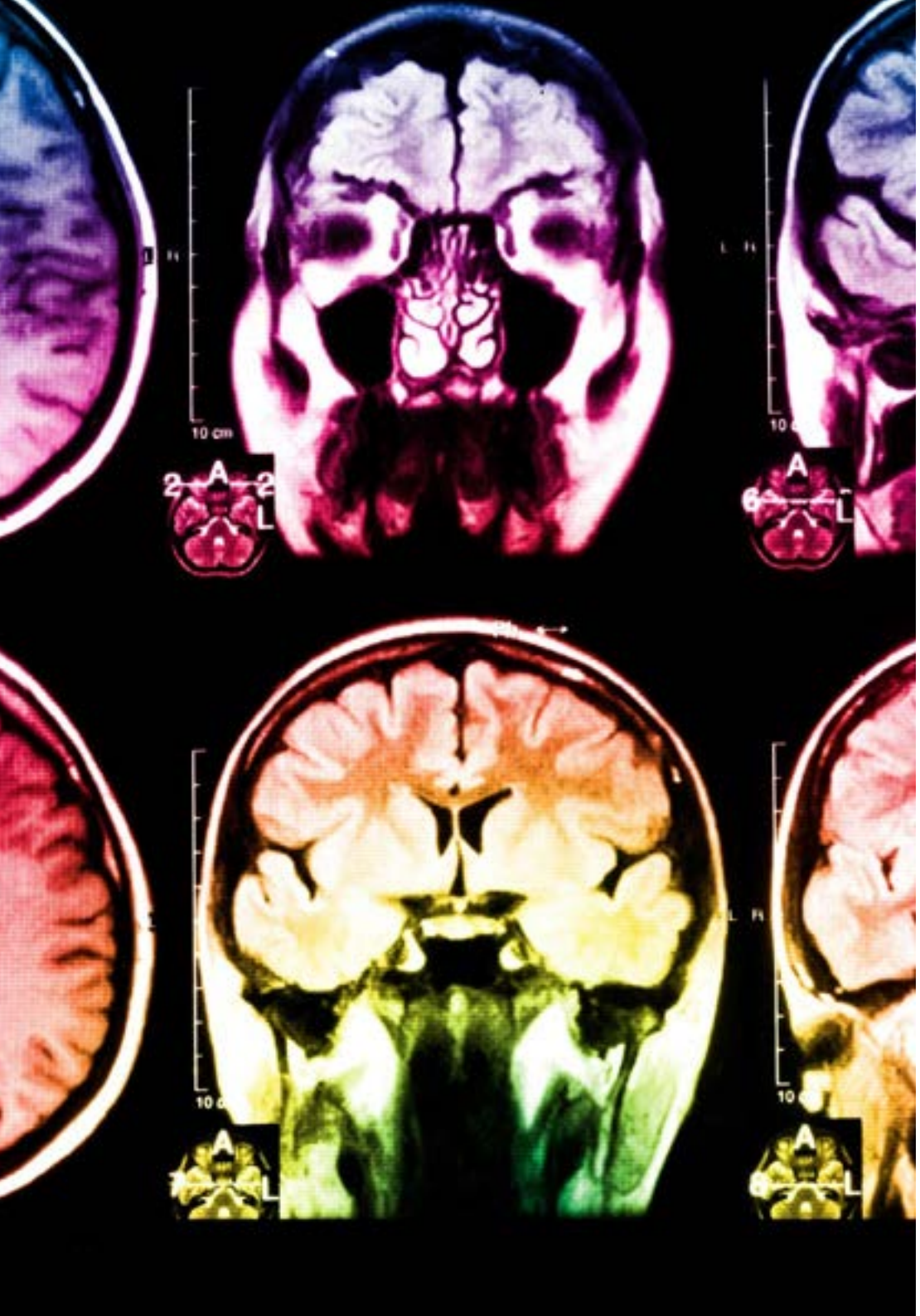
Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

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

En TECH aprenderás 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, se combinan 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 capacitación, 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.

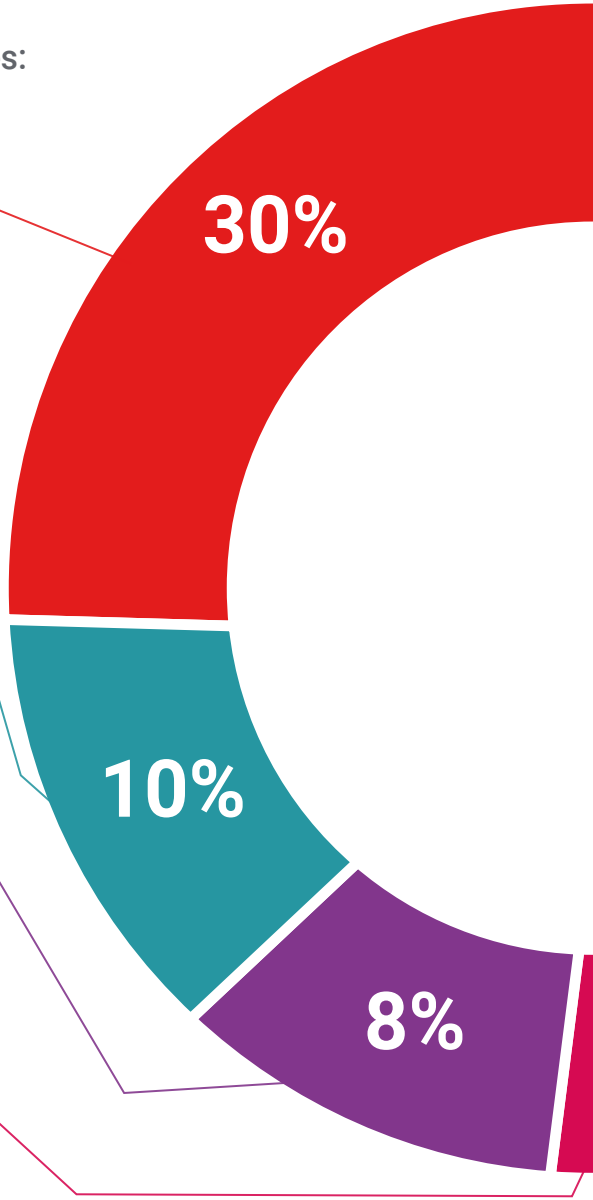
El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.

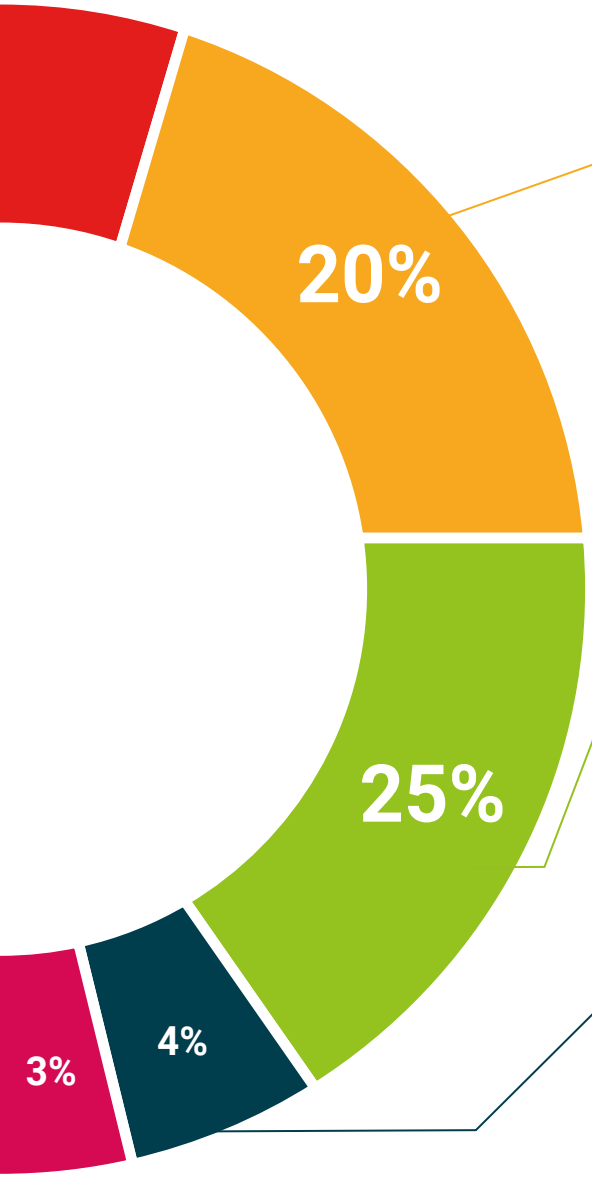
Prácticas de habilidades y competencias

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.

07

Titulación

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





Al superar con éxito este programa, recibirás tu titulación de TECH sin necesidad de realizar complicados trámites"

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

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

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

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

N.º Horas Oficiales: **3.000 h.**


tech universidad tecnológica

Otorga la presente

CONSTANCIA

a

C. _____, con documento de identificación nº_____

Por haber superado con éxito y acreditado el programa de

GRAND MASTER

en

Alta Dirección de la Industria Audiovisual

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

TECH es una Institución Particular de Educación Superior reconocida por la Secretaría de Educación Pública a partir del 28 de junio de 2018.

A 17 de junio de 2020

Mtra.Tere Guevara Navarro
Rectora

código único TECH: AFWOR23S techtitute.com/titulos


Grand Master en Alta Dirección de la Industria Audiovisual

Distribución General del Plan de Estudios

Curso	Materia	Horas	Carácter
1º	Liderazgo, ética y RSC	167	OB
1º	Dirección estratégica y management directivo	167	OB
1º	Dirección de Personas y Gestión del Talento	167	OB
1º	Dirección Económico-financiera	167	OB
1º	Dirección de operaciones y logística	167	OB
1º	Dirección de sistemas de información	167	OB
1º	Dirección Comercial, Marketing y Comunicación Corporativa	167	OB
1º	Innovación y dirección de proyectos	167	OB
1º	Periodismo cultural	167	OB
1º	Teoría y técnica de la realización	167	OB
2º	Estructura del sistema audiovisual	167	OB
2º	Producción audiovisual	167	OB
2º	Realización de ficción y dirección de actores	167	OB
2º	Industrias culturales y nuevos modelos de negocios de la comunicación	167	OB
2º	Gestión y promoción de productos audiovisuales	167	OB
2º	Géneros, formatos y programación en televisión	165	OB
2º	El público audiovisual	165	OB
2º	Guion de televisión: programas y ficción	165	OB

Mtra.Tere Guevara Navarro
Rectora

tech universidad tecnológica

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

tech universidad tecnológica

Grand Master

Alta Dirección de la Industria Audiovisual

Modalidad: **Online**

Duración: **2 años**

Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**

Horas lectivas: **3.000 h.**

Grand Master

Alta Dirección de la Industria Audiovisual



tech universidad tecnológica