# Máster Título Propio

## MBA Dirección de Empresas Audiovisuales




tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

# Máster Título Propio

## MBA Dirección de Empresas Audiovisuales

Modalidad: **Online**

Duración: **12 meses**

Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**

Horas lectivas: **1500 h.**

Acceso web: **www.techtitute.com/diseno/master/master-mba-direccion-empresas-audiovisuales**

# 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 Producción Audiovisual se ha convertido en un arte que permite crear un producto para medios de comunicación y otros sectores. Actualmente, se ha visto afectado por los incontables avances de la tecnología, lo que antes se conocía como "cine y televisión" paso a convertirse en un campo que se ha adaptado a los distintos medios digitales que han nacido en los últimos años. Por este motivo y para trabajar en esta área, se necesita tener un amplio conocimiento sobre diferentes sectores y contextos del sector audiovisual. Este programa se ha desarrollado para especializarle de manera completa en este campo, con la solvencia y la seriedad de la institución educativa online más grande del mundo.





*Ten las competencias transversales y específicas necesarias para afrontar con éxito la realidad del periodismo cultural en distintos ámbitos"*

Los distintos cambios en la Industria Audiovisual se han dado de manera vertiginosa, alimentándose de los movimientos sociales, económicos y culturales de todo el mundo. Por esta razón, para trabajar en este sector de manera precisa y solvente, necesitará un conjunto de conocimientos amplios pero concretos en las diferentes áreas y contextos del sector audiovisual.

Por esta razón, el objetivo de este programa es claro, el de brindar las herramientas necesarias para organizar y gestionar los procesos de las diferentes áreas de trabajos que intervienen en una Producción Audiovisual. Con este planteamiento, se comenzará por recorrer los conceptos de industria y cultura estudiando acerca del periodismo cultural y su manera de trabajar.

Primero, la parte técnica estará centrada en la realización de los proyectos, desde los puntos de vista teóricos y prácticos y llevará al estudiante por un recorrido desde la idea hasta la puesta en escena. Este planteamiento le dará los conocimientos teóricos y la capacidad de aplicación práctica que se necesitará a lo largo de toda la capacitación en los diferentes temas. De esta manera, todo lo que se aprenderá se convertirá en habilidad real de trabajo que permitirá impulsar su capacidad de manera intensa. Así, el futuro egresado comprenderá la estructura del Sistema Audiovisual y la manera en que la producción de este tipo de contenidos contempla su financiación y su valoración de inversión en costos y beneficios.

Otro de los aspectos relevantes se refiere más directamente a la parte más creativa del sector. Por tal motivo, se asentarán las bases que determinan la dirección de actores en Ficción y la creación del discurso narrativo. Estos datos le permitirá seguir avanzando hacia la comprensión de la industria cultural y los nuevos modelos de comunicación que actualmente se están desarrollando. En este sentido, conocer a fondo los nuevos géneros y formatos que se están utilizando en tv es indispensable. Un dominio que le dará la perspectiva necesaria para ubicarlo en su propia manera de crear y de manera que consiga alcanzar a su público objetivo.

Todo el contenido está disponible desde una modalidad 100% online que aporta al alumno la facilidad de poder cursarlo cómodamente, donde y cuando quiera. Solo necesitará un dispositivo con acceso a Internet para lanzar su carrera un paso más allá. Una modalidad acorde al tiempo actual con todas las garantías para posicionar al ingeniero en un sector altamente demandado.

Este **Máster Título Propio en MBA Dirección de Empresas Audiovisuales** te ofrece las características de un programa de alto nivel científico, docente y tecnológico. Estas son algunas de sus características más destacadas: Desarrollo de gran cantidad de casos prácticos presentados por expertos.

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

*Conoce, comprende e identifica las nuevas temáticas del periodismo, la cultura y la web 3.0 y posiciónate como un profesional de alto nivel”*

*Conoce la base del funcionamiento del Sistema Audiovisual con un programa que se realiza 100% online”*

*Adquiere la capacidad de análisis teórico y crítico de las estructuras organizativas de la comunicación audiovisual, comprendiendo las ideas principales, relacionar conceptos y elementos.*

*Ahonda en el marco histórico, económico-político, social y tecnológico en el que se producen, distribuyen y consumen los productos audiovisuales.*

El programa incluye, en su cuadro docente, a profesionales del sector que vierten en esta capacitación 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 una capacitación inmersiva programada para entrenarse ante situaciones reales.

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



02

# Objetivos

TECH acompaña a sus estudiantes a desarrollar una mejor versión de sí mismos, permitiéndoles acceder a la información más actualizada y completa del mercado, centrándonos en lograr un impulso global al desarrollo de los alumnos, no solo en el terreno académico, en el cual ponemos los más altos estándares de calidad, sino también en el personal. De esta forma, el programa centrado en la Dirección de Empresas Audiovisuales, tiene la finalidad de ampliar la información previa del estudiante sobre el ámbito del Periodismo y la Industria Audiovisual, aprendiendo a realizar ciertas funciones en este campo.






*Cumple tus objetivos profesionales y aprende de manera eficiente el uso de las herramientas tecnológicas en el proceso audiovisual"*

## Objetivos generales

- 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



## Objetivos específicos

**Módulo 1. Periodismo Cultural**

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

**Módulo 2. Teoría y Técnica de la Realización**

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

**Módulo 3. Estructura del Sistema Audiovisual**

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

### Módulo 4. Producción audiovisual

- Conocer los orígenes históricos de la Producción Audiovisual y su evolución en la sociedad contemporánea
- Identificar los conceptos teóricos que definen los procesos de producción de las Obras Audiovisuales
- Conocer el marco jurídico y la legislación que articula el sector de la Producción Audiovisual y sus repercusiones en los distintos formatos de producción
- Ser capaz de identificar el diseño de producción de una obra audiovisual a partir del análisis de sus fuentes de financiación
- Identificar las diferentes partidas del presupuesto de una obra audiovisual
- Señalar decisiones de producción a partir de la copia definitiva de una Producción Audiovisual
- Definir las vías de explotación y comercialización de las Producciones Audiovisuales
- Identificar y clasificar los equipos humanos y los medios técnicos adecuados y necesarios para cada fase del proyecto: preproducción, grabación/rodaje, postproducción
- Controlar el proceso de amortización de las Producciones Audiovisuales

### Módulo 5. Realización de Ficción y dirección de actores

- Proporcionar al alumno los fundamentos teóricos y técnicos, así como las habilidades instrumentales para afrontar, desde el punto de vista narrativo y estético, la realización de Ficción audiovisual, en diferentes soportes y tecnologías
- Estudiar los procesos de creación, realización y postproducción de las Obras Audiovisuales (cine, televisión), así como los elementos básicos de la narración (imagen y sonido)
- Manejar de manera adecuada los modelos teóricos de la construcción narrativa, los mecanismos que intervienen en la creación de relatos y su articulación mediante la puesta en escena, el montaje y la postproducción
- Conocer la puesta en escena integral de Producciones Audiovisuales cinematográficas y televisivas, responsabilizándose de la dirección de actores y ajustándose al guion, plan de trabajo o presupuesto previo
- Ser capaz y tener la habilidad para las labores de dirección/realización en cine según una escaleta, guion y plan de rodaje
- Relacionar el cine con otras artes pictóricas tales como la fotografía y la pintura
- Analizar las diferencias entre dirigir para teatro y para cine con el fin de entender las particularidades de los lenguajes
- Conocer los métodos interpretativos y su origen con el fin de hacer más fluida la comunicación actor-director

### Módulo 6. Industrias Culturales y nuevos modelos de negocios de la comunicación

- Estudiar las transformaciones acontecidas en las Industrias Culturales en la oferta y el consumo en las redes digitales, en sus aspectos económicos, políticos y socioculturales
- Profundizar en los retos que el entorno digital ha planteado en los modelos de negocio de las empresas periodísticas y otras industrias culturales tradicionales
- Analizar y diseñar estrategias innovadoras, que contribuyan a la mejora en los procesos de gestión y toma de decisiones, así como al desarrollo de productos informativos en consonancia con las necesidades de públicos y anunciantes
- Entender los cambios en los procesos de organización y gestión de los recursos estratégicos, humanos, materiales y técnicos de los nuevos negocios en el entorno Digital

### Módulo 7. Gestión y promoción de Productos Audiovisuales

- Conocer los conceptos fundamentales que rigen la distribución, la comercialización y la difusión de un producto audiovisual en la sociedad contemporánea
- Identificar las distintas ventanas de exhibición audiovisual y supervisión de las amortizaciones
- Conocer las estrategias de producción ejecutiva en el desarrollo y posterior distribución de proyectos audiovisuales
- Identificar el diseño de comercialización de una Producción Audiovisual a través de su

repercusión en los distintos medios audiovisuales contemporáneos

- Conocer la historia y problemática contemporánea de los festivales de cine
- Identificar las distintas categorías y modalidades de los festivales de cine
- Analizar e interpretar las lógicas económicas, culturales y estéticas de los festivales de cine a nivel local, nacional y global

### Módulo 8. Géneros, formatos y programación en televisión

- Conocer el concepto de género aplicado a la Producción de Ficción y el entretenimiento televisivo
- Distinguir e interpretar los diversos géneros de la Producción de Ficción y el entretenimiento televisivo y su evolución a lo largo del tiempo
- Tener capacidad para el análisis cultural, social y económico de los géneros televisivos como elemento vertebrador de las prácticas de creación y consumo audiovisual
- Conocer las modificaciones e hibridaciones que se producen en los géneros televisivos en el contexto de la televisión contemporánea
- Reconocer los distintos formatos en el contexto del actual panorama televisivo
- Identificar las claves de un formato, su estructura, funcionamiento y factores de impacto
- Saber interpretar, analizar y comentar un formato televisivo desde una perspectiva profesional, estética y cultural
- Conocer las claves teóricas y del contexto profesional, social y cultural de la programación de televisión, con especial atención a la programación de televisión en el modelo televisivo español
- Conocer las principales técnicas y procesos de la programación en la televisión generalista
- Ser capaz de 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 9. El Público Audiovisual

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

### Módulo 10. Guion de televisión: programas y Ficción

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

03

# Competencias

Tras finalizar este programa, el estudiante tendrá una visión más completa sobre la Dirección de Empresas Audiovisuales. Con el desarrollo del programa, se verán potenciadas las habilidades y destrezas que le permitirán al estudiante ascender en su camino profesional. Por consiguiente, comprenderá la gestión global de un Proyecto de Comunicación en todas y cada una de sus fases, pudiendo tomar decisiones acertadas ante cualquier eventualidad y manteniendo un pensamiento objetivo en todo momento.





*Desarrolla tu capacidad para entender y analizar de manera crítica los procesos de la oferta televisiva"*

## Competencias generales

- 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

*Estudia las transformaciones acontecidas en las Industrias Culturales en la oferta y el consumo en las redes digitales y da el paso que necesitas para ser un mejor profesional”*



## Competencias específicas del título

- Describir lo que es periodismo cultural
- Saber moverse eficazmente por la red 3.0
- Usar las redes sociales en un entorno periodístico
- Conocer la composición de los equipos de realización audiovisual
- Organizar una puesta en escena
- Planificar acciones narrativas ajustadas los medios disponibles
- Dominar las diferentes fases del Proyecto Audiovisual
- Utilizar el sistema multicámara
- Conocer y aplicar las estructuras organizativas de la comunicación audiovisual
- Saber cómo adaptarse a las formas de consumo de cada momento
- Conocer el código relacional de los distintos agentes de la Comunicación Audiovisual
- Tener una visión contextual
- Describir la evolución histórica de la Producción Audiovisual
- Conocer el marco jurídico
- Crear productos ajustados a la financiación disponible
- Distribuir el presupuesto en diferentes partidas
- Conocer las vías de distribución
- Organizar los diferentes equipos humanos
- Planificar la amortización de los Productos Audiovisuales
- Realizar un producto audiovisual en los diferentes soportes
- Conocer los diferents procesos creativosy productivos
- Crear y supervisar la creación de un Relato Audiovisual
- Poner en escena un Proyecto Audiovisual
- Dirigir un Proyecto Audiovisual
- Dirigir a los actores
- Adaptarse a las transformaciones de la oferta y el consumo
- Reconocer los retos del panorama digital
- Diseñar estrategias innovadoras de gestión
- Saber organizar la distribución eficiente de un producto audiovisual
- Supervisar las amortizaciones del producto
- Aplicar la organización ejecutiva a estas tareas
- Reconocer diseños diferentes de comercialización
- Explicar la situación actual del cine en este contexto
- Reconocer todos los géneros de la Producción Audiovisual
- Explicar la relación entre géneros y momento social
- Conocer el estado actual del consumo televisivo
- Reconocer las diferentes claves comunicativas de los diversos formatos en relación con los contextos culturales
- Definir las diferentes corrientes de estudios en el sector audiovisual
- Comprender el funcionamiento de las redes desde este punto de vista
- Describir la relación entre público y contenido
- Saber cuáles son las adaptaciones necesarias para la Digitalización Audiovisual
- Saber cómo es el proceso de creación de un guion de Ficción
- Saber qué tipo de guion necesita cada género
- Conocer el trabajo del guionista de televisión
- Conocer las diferentes franquicias de formatos televisivos
- Presentar un Proyecto de Serie de Tv

04

# Estructura y contenido

Para cumplir con los requerimientos que este sector exige de sus directores, se ha desarrollo un programa que se centra el perfil del estudiante en el área de las empresas audiovisuales. Con cada módulo, el profesional podrá conocer el uso de las redes sociales dentro del periodismo cultural y los géneros periodísticos. Todo esto, desde el punto de vista global en áreas de su aplicación a nivel internacional, incorporando todos los campos de trabajo que intervienen en el desarrollo del profesional en este tipo de ambientes laborales.






*Un completo temario diseñado para brindarte todas las herramientas para adquirir la capacidad de análisis teórico y crítico de las estructuras organizativas de la comunicación audiovisual"*

## **Módulo 1.** Periodismo Cultural

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

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

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

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

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

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



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

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

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

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

## **Módulo 2.** Teoría y Técnica de la Realización

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## **Módulo 3.** Estructura del Sistema Audiovisual

3.1. Una introducción a las Industrias Culturales (I.C.)
- 3.1.1. Conceptos de cultura. Cultura-Comunicación.
- 3.1.2. Teoría y evolución de las I.C.: tipología y modelos.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## **Módulo 4.** Producción Audiovisual

4.1. La Producción Audiovisual
- 4.1.1. Conceptos de introducción
- 4.1.2. La Industria Audiovisual

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## **Módulo 5.** Realización de Ficción y dirección de actores

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

6.1. Los conceptos de Cultura, Economía, Comunicación, Tecnología, IC
- 6.1.1. Cultura, Economía, Comunicación.
- 6.1.2. Las Industrias Culturales

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

6.3. Los grandes sectores de las Industrias Culturales
- 6.3.1. Los productos editoriales
- 6.3.2. Las I.C. de flujo
- 6.3.3. Los modelos híbridos

6.4. La Era Digital en las Industrias Culturales
- 6.4.1. Las Industrias Culturales Digitales
- 6.4.2. Nuevos modelos en la Era Digital

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

6.6. La globalización y la diversidad en la Cultura
- 6.6.1. Concentración, internacionalización y globalización de las Industrias Culturales
- 6.6.2. La lucha por la diversidad cultural

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

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

6.9. Diversidad en la Industria Audiovisual
- 6.9.1. Del pluralismo a la diversidad
- 6.9.2. Diversidad, Cultura y Comunicación
- 6.9.3. Conclusiones y propuestas

6.10. Diversidad Audiovisual en Internet
- 6.10.1. El Sistema Audiovisual en la era de Internet
- 6.10.2. La oferta televisiva y la diversidad
- 6.10.3. Conclusiones

## **Módulo 7.** Gestión y promoción de Productos Audiovisuales

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

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

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

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

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

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

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

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

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

7.10. Los festivales de cine

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

## **Módulo 8.** Géneros, formatos y programación en televisión

8.1. El género en televisión
8.1.1. Introducción
8.1.2. Los géneros de la televisión
8.2. El formato en televisión
8.2.1. Aproximación al concepto de formato
8.2.2. Los formatos de la televisión
8.3. Crear televisión
8.3.1. El proceso creativo en entretenimiento
8.3.2. El proceso creativo en Ficción
8.4. Evolución de los formatos en el mercado internacional actual I
8.4.1. La consolidación del formato
8.4.2. El formato de la telerrealidad
8.4.3. Novedades en Reality TV
8.4.4. Televisión Digital Terrestre y crisis financiera
8.5. Evolución de los formatos en el mercado internacional actual II
8.5.1. Los mercados emergentes
8.5.2. Marcas globales
8.5.3. La televisión se reinventa
8.5.4. La era de la globalización
8.6. Vender el formato. El *pitching*
8.6.1. Venta de un formato televisivo
8.6.2. El *pitching*
8.7. Introducción a la programación televisiva
8.7.1. La función de la programación
8.7.2. Factores que inciden en la programación
8.8. Los modelos de programación televisiva
8.8.1. Estados Unidos y Reino Unido
8.8.2. España
8.9. El ejercicio profesional de la programación televisiva
8.9.1. El departamento de programación
8.9.2. Programar para televisión
8.10. El estudio de las audiencias
8.10.1. Investigación de la audiencia en televisión
8.10.2. Conceptos e índices de audiencia

## **Módulo 9.** El Público Audiovisual

9.1. Las audiencias en los medios audiovisuales
9.1.1. Introducción
9.1.2. La constitución de las audiencias
9.2. El estudio de las audiencias: las tradiciones I
9.2.1. Teoría de los efectos
9.2.2. Teoría de usos y gratificaciones
9.2.3. Los estudios culturales
9.3. El estudio de las audiencias: las tradiciones II
9.3.1. Estudios sobre la recepción
9.3.2. Las audiencias hacia los estudios humanistas
9.4. Las audiencias desde una perspectiva económica
9.4.1. Introducción
9.4.2. La medición de las audiencias
9.5. Las teorías de la recepción
9.5.1. Introducción a las teorías de la recepción
9.5.2. Aproximación histórica a los estudios de la recepción
9.6. Las audiencias en el mundo digital
9.6.1. Entorno digital
9.6.2. Comunicación y cultura de la convergencia
9.6.3. El carácter activo de las audiencias
9.6.4. Interactividad y participación
9.6.5. La transnacionalidad de las audiencias
9.6.6. Las audiencias fragmentadas
9.9.7. La autonomía de las audiencias

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

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

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

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

## **Módulo 10.** Guion de televisión: programas y Ficción

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

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

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

10.4. Formatos de Ficción







10.4.1. La Ficción televisiva
10.4.2. La comedia de situación
10.4.3. Las series dramáticas
10.4.4. La telenovela
10.4.5. Otros formatos
10.5. El guion de Ficción en televisión
10.5.1. Introducción
10.5.2. La técnica
10.6. El drama en televisión
10.6.1. La serie dramática
10.6.2. La telenovela
10.7. Las series de comedia
10.7.1. Introducción
10.7.2. La sitcom
10.8. El guion de entretenimiento
10.8.1. El guion paso a paso
10.8.2. Escribir para decir
10.9. Escritura del guion de entretenimiento
10.9.1. Reunión de guion
10.9.2. Guion técnico
10.9.3. Desglose de producción
10.9.4. La escaleta
10.10. Diseño del guion de entretenimiento
10.10.1. *Magazin*
10.10.2. Programa de humor
10.10.3. *Talent Show*
10.10.4. Documental
10.10.5. Otros formatos

05

# Metodología

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

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





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

## Estudio de Caso para contextualizar todo el contenido

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

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




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



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

## Un método de aprendizaje innovador y diferente

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

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

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores 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.

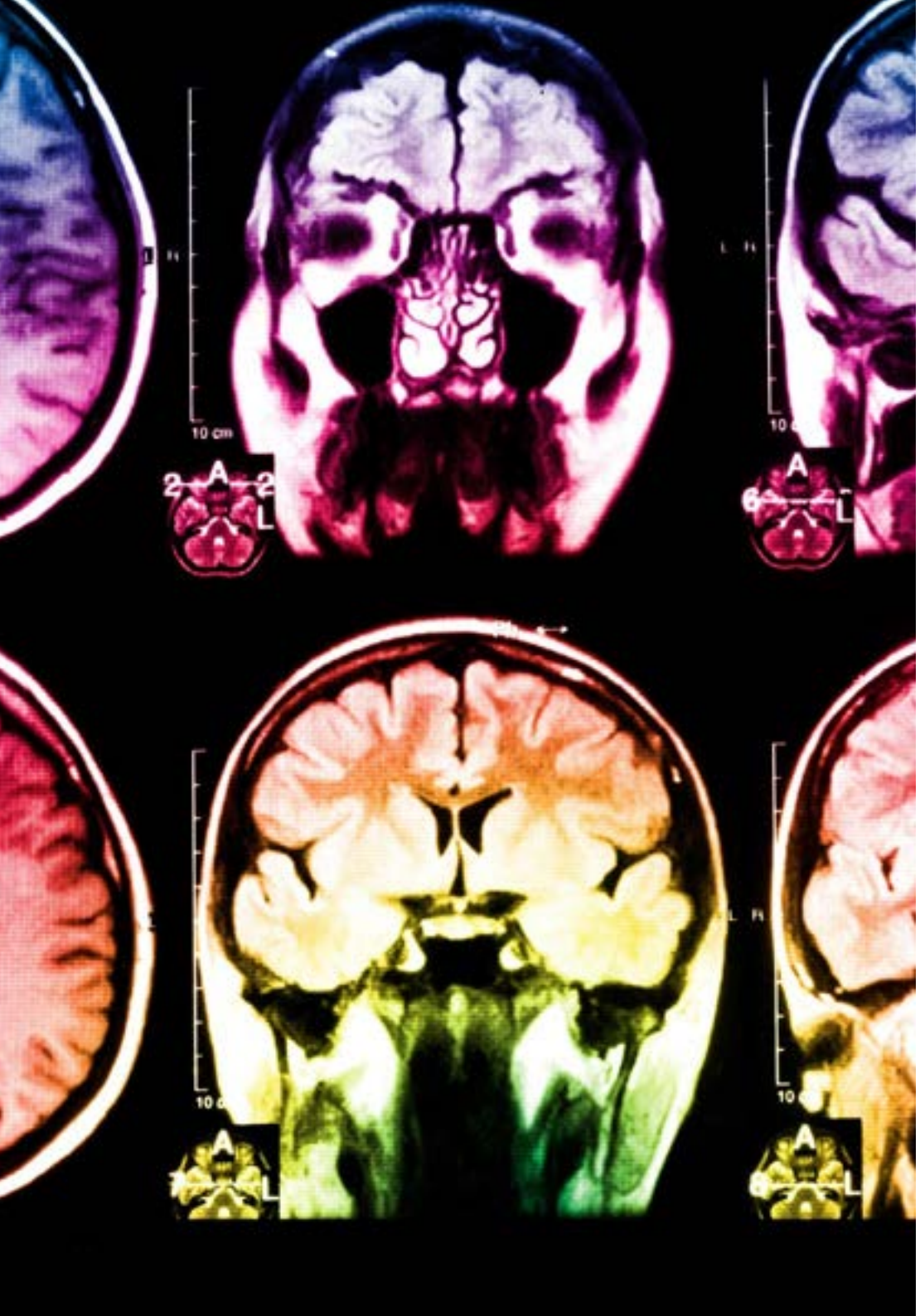
Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

*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.

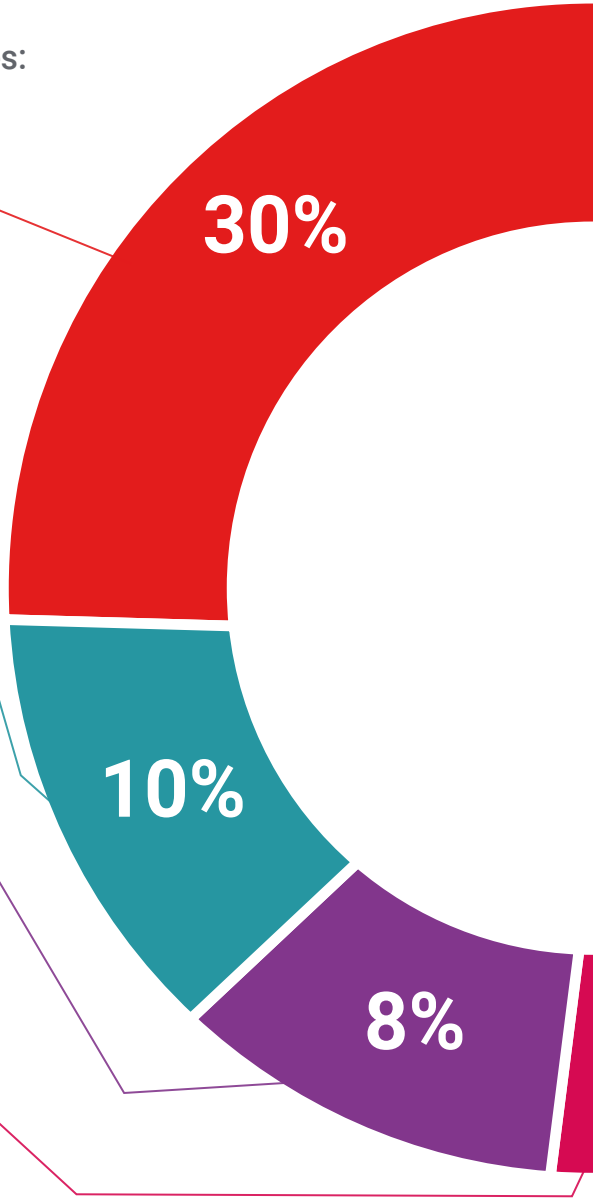
El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.

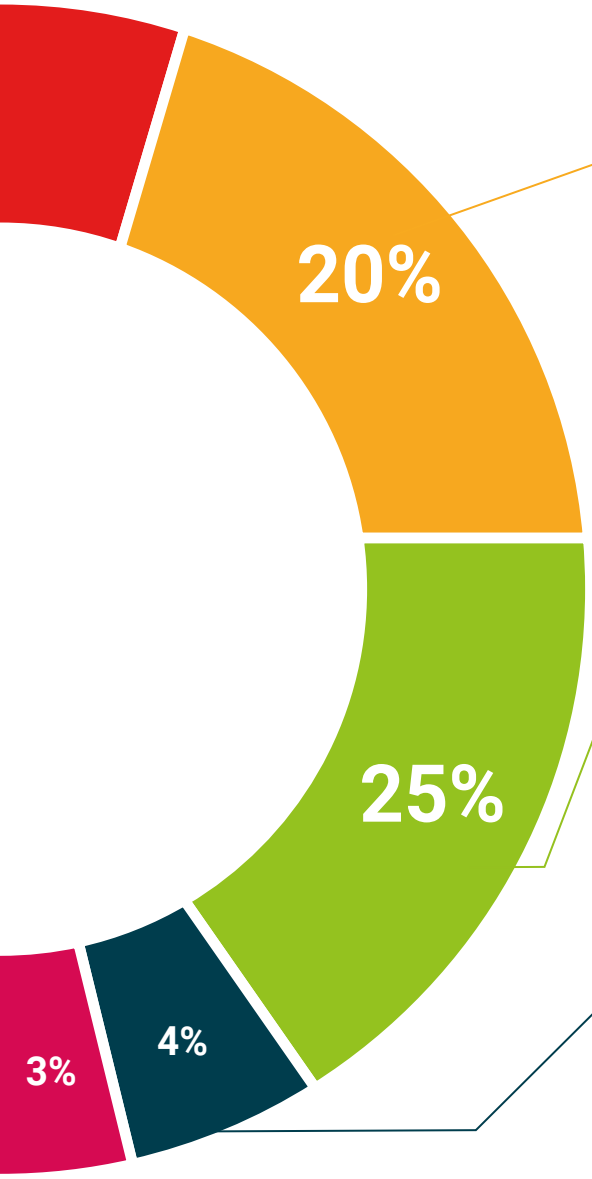
### Prácticas de habilidades y competencias

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.

06

# Titulación

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





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

Este **Máster Título Propio en MBA Dirección de Empresas Audiovisuales** contiene el programa más completo y actualizado del mercado.

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

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

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

N.º Horas Oficiales: **1.500 h.**


tech universidad tecnológica

Otorga la presente

CONSTANCIA

a

C. _____, con documento de identificación nº_____

Por haber superado con éxito y acreditado el programa de

MÁSTER TÍTULO PROPIO

en

MBA Dirección de Empresas Audiovisuales

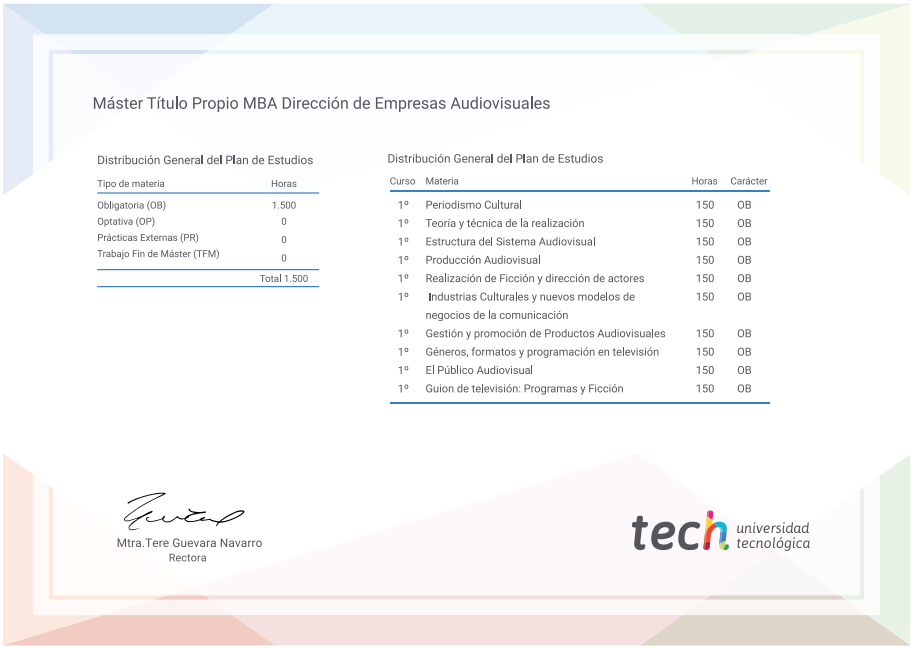
Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 1.500 horas, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

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

A 17 de junio de 2020

Mtra.Tere Guevara Navarro
Rectora

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 MBA Dirección de Empresas Audiovisuales

Distribución General del Plan de Estudios

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

Distribución General del Plan de Estudios

| Curso | Materia | Horas | Carácter |
|---|---|---|---|
| 1º | Periodismo Cultural | 150 | OB |
| 1º | Teoría y técnica de la realización | 150 | OB |
| 1º | Estructura del Sistema Audiovisual | 150 | OB |
| 1º | Producción Audiovisual | 150 | OB |
| 1º | Realización de Ficción y dirección de actores | 150 | OB |
| 1º | Industrias Culturales y nuevos modelos de negocios de la comunicación | 150 | OB |
| 1º | Gestión y promoción de Productos Audiovisuales | 150 | OB |
| 1º | Géneros, formatos y programación en televisión | 150 | OB |
| 1º | El Público Audiovisual | 150 | OB |
| 1º | Guion de televisión: Programas y Ficción | 150 | OB |

Mtra.Tere Guevara Navarro
Rectora

tech universidad tecnológica

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



# Máster Título Propio

## MBA Dirección de Empresas Audiovisuales

Modalidad: **Online**

Duración: **12 meses**

Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**

Horas lectivas: **1500 h.**

# Máster Título Propio

## MBA Dirección de Empresas Audiovisuales



tech universidad tecnológica