Máster Título Propio

MBA en Dirección de Empresas Audiovisuales

MBADEA



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Máster Título Propio

MBA en Dirección de Empresas Audiovisuales

Idioma: **Español**
Modalidad: **Online**
Duración: **12 meses**
Acreditación: **TECH Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **1.500 h.**
Acceso web: **www.techtitute.com/escuela-de-negocios/master/master-mba-direccion-empresas-audiovisuales**

Índice

01 Bienvenida — pág. 4

02 ¿Por qué estudiar en TECH? — pág. 6

03 ¿Por qué nuestro programa? — pág. 10

04 Objetivos — pág. 14

05 Competencias — pág. 20

06 Estructura y contenido — pág. 26

07 Metodología — pág. 36

08 Perfil de nuestros alumnos — pág. 44

09 Impacto para tu carrera — pág. 48

10 Beneficios para tu empresa — pág. 52

11 Titulación — pág. 56

02

¿Por qué estudiar en TECH?

TECH es la mayor escuela de negocio 100% online del mundo. Somos una escuela de negocios de élite con un modelo de máxima exigencia académica. Un centro de alto rendimiento internacional, de entrenamiento intensivo en habilidades directivas.





Somos una universidad a la vanguardia tecnológica y ponemos todos nuestros recursos a tu alcance para que logres el éxito empresarial”

En TECH Universidad Tecnológica

Innovación

Te ofrecemos un modelo de aprendizaje en línea que combina la última tecnología educativa con el máximo rigor pedagógico. Un método único con el mayor reconocimiento internacional que te aportará las claves para desarrollarte en un mundo en constante cambio, donde la innovación debe ser la apuesta esencial de todo empresario.

"Caso de Éxito Microsoft Europa" por incorporar en nuestros programas el novedoso sistema de multivídeo interactivo.

Máxima exigencia

Nuestro criterio de admisión no es económico. No necesitas realizar una gran inversión para estudiar con nosotros. Eso sí, para titularte, en TECH pondremos al límite tu inteligencia y tu capacidad para resolver problemas. Nuestro listón académico está muy alto...

95% | **de los alumnos de TECH finaliza sus estudios con éxito**

Networking

En TECH participan profesionales de todos los países de habla hispana, de tal manera que podrás crear una gran red de contactos útil para tu futuro.

38.000 | **directivos capacitados cada año**

23 | **nacionalidades distintas**

Empowerment

Crece de la mano de las mejores empresas y profesionales de gran prestigio e influencia. Hemos desarrollado alianzas estratégicas y una valiosa red de contactos con los principales actores económicos de Europa y América.

+500 | **acuerdos de colaboración con las mejores empresas**

Talento

Nuestro programa es una propuesta única para sacar a la luz tu talento en el ámbito empresarial. Una oportunidad con la que podrás dar a conocer tus inquietudes y tu visión de negocio.

Enseña al mundo tu talento tras realizar este programa.

Contexto Multicultural

Comparte con nosotros una experiencia única. Estudiarás en un contexto multicultural, en un programa con visión global, gracias al cual podrás conocer la forma de trabajar en diferentes lugares del mundo, recopilando la información más novedosa y que mejor se adapte a tu idea de negocio.

Nuestros alumnos provienen de más de 35 nacionalidades.



Aprende con los mejores

Nuestro equipo docente explica en las aulas lo que le ha llevado al éxito en sus empresas, trabajando desde un contexto real, vivo y dinámico. Docentes que se implican al máximo para ofrecerte una especialización de calidad que te permita avanzar en tu carrera y lograr destacar en el ámbito empresarial.

Profesores de 20 nacionalidades diferentes.

"En TECH tendrás acceso a los estudios de casos de Harvard Business School"

En TECH buscamos la excelencia y, para ello, contamos con una serie de características que nos hacen únicos:

Análisis

Exploramos tu lado crítico, tu capacidad de cuestionarte las cosas, tu competencia en resolución de problemas y tus habilidades interpersonales.

Excelencia académica

Ponemos a tu alcance la mejor metodología de aprendizaje online. Combinamos el método *Relearning* (metodología de aprendizaje de posgrado con mejor valoración internacional), junto a los "*case studies*" de Harvard Business School. Tradición y vanguardia es un difícil equilibrio, y en el contexto del más exigente itinerario académico.

Economía de escala

Somos los más grandes. TECH tiene un portafolio de más de 7.000 posgrados universitarios en español. Y en la nueva economía, **volumen + tecnología = precio disruptivo**. De esta manera, nos aseguramos de que estudiar no te resulte tan costoso como en otra universidad.

03

¿Por qué nuestro programa?

Realizar el programa de TECH supone multiplicar tus posibilidades de alcanzar el éxito profesional en el ámbito de la alta dirección empresarial.

Es todo un reto que implica esfuerzo y dedicación, pero que te abre las puertas a un futuro prometedor. Aprenderás de la mano del mejor equipo docente y con la metodología educativa más flexible y novedosa.





Contamos con el más prestigioso cuadro docente y el temario más completo del mercado, lo que nos permite ofrecerte una capacitación de alto nivel académico"

Este programa te aportará multitud de ventajas laborales y personales, entre ellas destacamos las siguientes:

01

Darás un impulso definitivo a tu carrera

Te brindamos la oportunidad de tomar las riendas de tu futuro y desarrollar todo tu potencial. Con la realización de nuestro programa adquirirás las competencias necesarias para lograr un cambio positivo en tu carrera en poco tiempo.

El 70% de los participantes de esta especialización logra un cambio positivo en su carrera en menos de 2 años.

02

Desarrollarás una visión estratégica y global de la empresa

Te ofrecemos una profunda visión de dirección general para entender cómo afecta cada decisión a las distintas áreas funcionales de la empresa.

Nuestra visión global de la empresa mejorará tu visión estratégica.

03

Te afianzarás en la alta gestión empresarial

Te abrimos las puertas a un panorama profesional a tu altura como directivo de alto nivel, con una amplia visión del entorno internacional.

Trabajarás más de 100 casos reales de alta dirección.

04

Asumirás nuevas responsabilidades

Te mostramos las últimas tendencias, avances y estrategias para llevar a cabo tu labor profesional en un entorno cambiante.

El 45% de los alumnos consigue ascender en su puesto de trabajo por promoción interna.

05

Tendrás acceso a una potente red de contactos

Te relacionamos con personas como tú con tus mismas inquietudes y ganas de crecer. Comparte socios, clientes o proveedores.

Encontrarás una red de contactos imprescindible para tu desarrollo profesional.

06

Desarrollarás tu proyecto de empresa de forma rigurosa

Obtendrás una profunda visión estratégica que te ayudará a desarrollar tu propio proyecto, teniendo en cuenta las diferentes áreas de la empresa.

El 20% de nuestros alumnos desarrolla su propia idea de negocio.

07

Mejorarás tus *soft skills* y habilidades directivas

Te ayudamos a aplicar y desarrollar los conocimientos adquiridos y mejorar en tus habilidades interpersonales para ser un líder que marque la diferencia.

Mejora tus habilidades de comunicación y liderazgo y da un impulso a tu profesión.

08

Formarás parte de una comunidad exclusiva

Te brindamos una comunidad de directivos de élite, grandes empresas, instituciones de renombre y profesores cualificados procedentes de las universidades más prestigiosas del mundo, la comunidad TECH Universidad Tecnológica.

Te damos la oportunidad de especializarte con un equipo de profesores de reputación internacional.

04

Objetivos

La excelencia académica y el desarrollo de las habilidades profesionales de los estudiantes es fundamental para TECH, por tal razón, con el programa del MBA en Dirección de Empresas Audiovisuales, el futuro egresado adquirirá los conocimientos necesarios para Comprender las necesidades y ventajas del trabajo en equipo en proyectos audiovisuales multicámara, siendo capaz de trasladar programas de televisión del plató a la pantalla. Tras finalizar el programa, el alumno podrá adquirir la capacidad de análisis teórico y crítico de las estructuras organizativas de la comunicación audiovisual.





Estudiar los procesos de creación, realización y postproducción de las obras audiovisuales y gestiona la dirección de un equipo de trabajo en una empresa audiovisual"

Tus objetivos son los nuestros.
Trabajamos conjuntamente para ayudarte a conseguirlos.

El **MBA en Dirección de Empresas Audiovisuales** te capacitará para:

01 Tener las competencias transversales y específicas necesarias para afrontar con éxito la realidad del periodismo cultural en distintos ámbitos

02 Conocer en profundidad la comunicación digital y el periodismo cultural

03 Saber identificar, realizar y desarrollar historias con los diferentes puntos que la engloban, marcados por el rigor y la marca personal

04 Conocer y desarrollar las guías esenciales para llevar a cabo una documentación dentro del periodismo cultural



05 Conocer el recorrido creativo de la idea, desde el guion hasta el producto en pantalla

06 Aprender los fundamentos básicos de los elementos de la puesta en escena



07 Ser capaz de analizar y prever los medios necesarios a partir de una secuencia

08 Conocer la base del funcionamiento del sistema audiovisual (fijar contenidos fundamentales, conocer de autores / textos trabajados en cada tema)

09 Adquirir la capacidad de análisis teórico y crítico de las estructuras organizativas de la comunicación audiovisual (comprender las ideas principales, relacionar conceptos y elementos)

10 Ahondar en el marco histórico, económico-político, social y tecnológico en el que se producen, distribuyen y consumen los productos audiovisuales

11 Identificar los conceptos teóricos que definen los procesos de producción de las obras audiovisuales

12 Conocer el marco jurídico y la legislación que articula el sector de la producción audiovisual y sus repercusiones en los distintos formatos de producción

13 Capacidad y habilidad para las labores de dirección / realización en cine según una escaleta, guion y plan de rodaje

14 Relacionar el cine con otras artes pictóricas tales como la fotografía y la pintura



15 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

16 Conocer las estrategias de producción ejecutiva en el desarrollo y posterior distribución de proyectos audiovisuales



17 Identificar el diseño de comercialización de una producción audiovisual a través de su repercusión en los distintos medios audiovisuales contemporáneos

18 Conocer las modificaciones e hibridaciones que se producen en los géneros televisivos en el contexto de la televisión contemporánea

19 Reconocer los distintos formatos en el contexto del actual panorama televisivo

20 Identificar las claves de un formato, su estructura, funcionamiento y factores de impacto

05

Competencias

Al momento de finalizar el programa en MBA en Dirección de Empresas Audiovisuales, profesional habrá desarrollado una serie de competencias que le permitirá desenvolverse de manera óptima en su puesto de trabajo, siendo capaz de continuar con su camino laboral. 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.





Este programa se convertirá en una puerta abierta hacia nuevas oportunidades profesionales. No dejes pasar esta ocasión"

El alumno, al finalizar este programa, será capaz de:

01 Describir lo que es periodismo cultural

02 Saber moverse eficazmente por la red 3.0

03 Usar las redes sociales en un entorno periodístico

04 Conocer la composición de los equipos de realización audiovisual



05 Organizar una puesta en escena

06 Planificar acciones narrativas ajustadas los medios disponibles



07 Dominar las diferentes fases del proyecto audiovisual

08 Utilizar el sistema multicámara

09 Conocer y aplicar las estructuras organizativas de la comunicación audiovisual

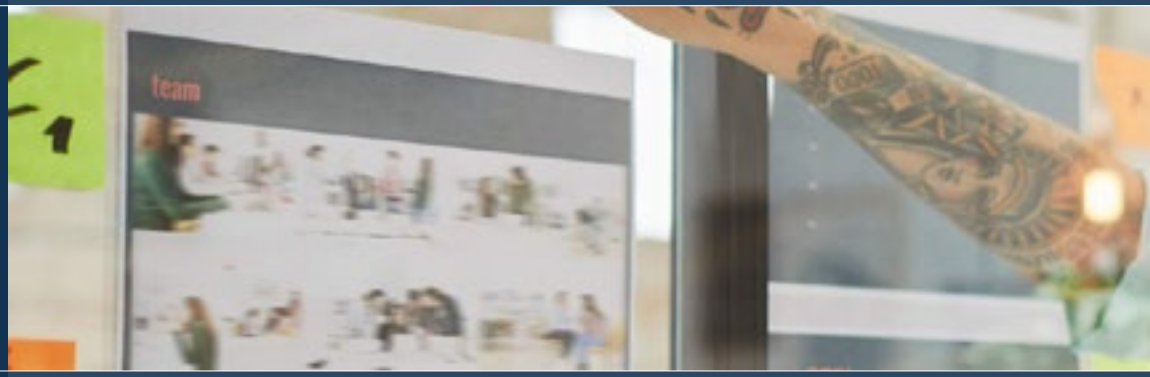
10 Saber cómo adaptarse a las formas de consumo de cada momento

11 Conocer el código relacional de los distintos agentes de la comunicación audiovisual

12 Tener una visión contextual

13 Describir la evolución histórica de la producción audiovisual

14 Conocer el marco jurídico



15 Crear productos ajustados a la financiación disponible

16 Distribuir el presupuesto en diferentes partidas



17 Conocer las vías de distribución

18 Organizar los diferentes equipos humanos

19 Planificar la amortización de los productos audiovisuales

20 Realizar un producto audiovisual en los diferentes soportes

06

Estructura y contenido

La dirección de una empresa audiovisual exige un perfil de excelencia. Por ese motivo, TECH ha desarrollado un programa que se centra en garantizar el cumplimiento de las exigencias laborales que el mundo actual demanda. Mediante una modalidad 100% online, el profesional tendrá la oportunidad de 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. De esta forma, se podrá cursar 12 meses de aprendizaje de manera única y estimulante, siguiendo ejemplos prácticos y la guía de un cuerpo docente especialista en esta área.





Interpretar, analizar y comentar un formato televisivo desde una perspectiva profesional, estética y cultural"

Plan de estudios

Los distintos cambios que se han desarrollado en la industria audiovisual se han potenciado por distintos factores, como la revolución industrial, los cambios sociales y, por supuesto, el avance de la tecnología. De esta forma, se ha fundamental contar con profesionales que comprendan a la perfección un conjunto de conocimientos en estas distintas áreas.

El programa del MBA en Dirección de Empresas Audiovisuales garantiza que el estudiante comprenda a la perfección las herramientas que necesita para organizar y gestionar los procesos de los distintos departamentos que intervine en una producción audiovisual. Por esta razón, se comenzará el temario con un repaso de los conceptos de industria y cultura, así como la técnica centrada en la realización de los proyectos desde un punto de vista teórico y práctico.

De esta manera, todo lo que se aprenderá se convertirá en habilidad real de trabajo que permitirá impulsar su capacidad de manera intensa. De esta forma, 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.

A lo largo de 1.500 horas de aprendizaje, el alumno analizará multitud de casos prácticos mediante el trabajo individual y en equipo. Así, será capaz de conocer las bases que determinan la dirección de actores en ficción y la creación del discurso narrativo

Asimismo, también se motivará al alumno a conocer a fondo los nuevos géneros y formatos que se están utilizando en tv es indispensable. Sabiendo hacer uso de la información a través de las redes sociales y desarrollar un plan de comunicación. De esta forma, se constituye un programa centrado en las demandas actuales de este sector y que preparara a los egresados para afrontar los retos de dirección de un departamento en este campo.

Este programa se desarrolla a lo largo de 12 meses y se divide en 10 módulos:

Módulo 1	Periodismo cultural
Módulo 2	Teoría y técnica de la realización
Módulo 3	Estructura del sistema audiovisual
Módulo 4	Producción audiovisual
Módulo 5	Realización de ficción y dirección de actores
Módulo 6	Industrias culturales y nuevos modelos de negocios de la comunicación
Módulo 7	Gestión y promoción de productos audiovisuales
Módulo 8	Géneros, formatos y programación en televisión
Módulo 9	El público audiovisual
Módulo 10	Guion de televisión: programas y ficción



¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH te ofrece la posibilidad de desarrollar este programa de manera totalmente online. Durante los 12 meses que dura la capacitación, podrás acceder a todos los contenidos de este programa en cualquier momento, lo que te permitirá autogestionar tú mismo tu tiempo de estudio.

Una experiencia educativa única, clave y decisiva para impulsar tu desarrollo profesional y dar el salto definitivo.

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

08

Perfil de nuestros alumnos

El MBA en Dirección de Empresas Audiovisuales está dirigido a Graduados, Diplomados y Licenciados universitarios que hayan realizado previamente cualquiera de las siguientes titulaciones en diseño, publicidad, empresa digital, comunicación audiovisual o cualquier otra rama a fin con el área de este campo laboral.

La diversidad de participantes con diferentes perfiles académicos y procedentes de múltiples nacionalidades conforma el enfoque multidisciplinar de este programa.

También podrán realizar el MBA en Dirección de Empresas Audiovisuales los profesionales que, siendo titulados universitarios en cualquier área, cuenten con una experiencia laboral de dos años en un área relacionada.





Conocer los conceptos fundamentales que rigen la distribución, la comercialización y la difusión de un producto audiovisual en la sociedad contemporánea"

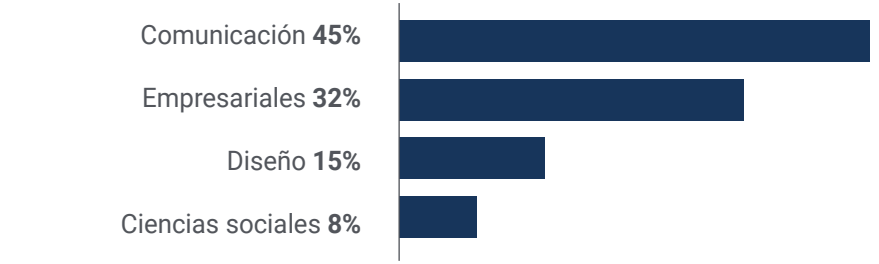
Edad media

Entre **35** y **45** años

Años de experiencia



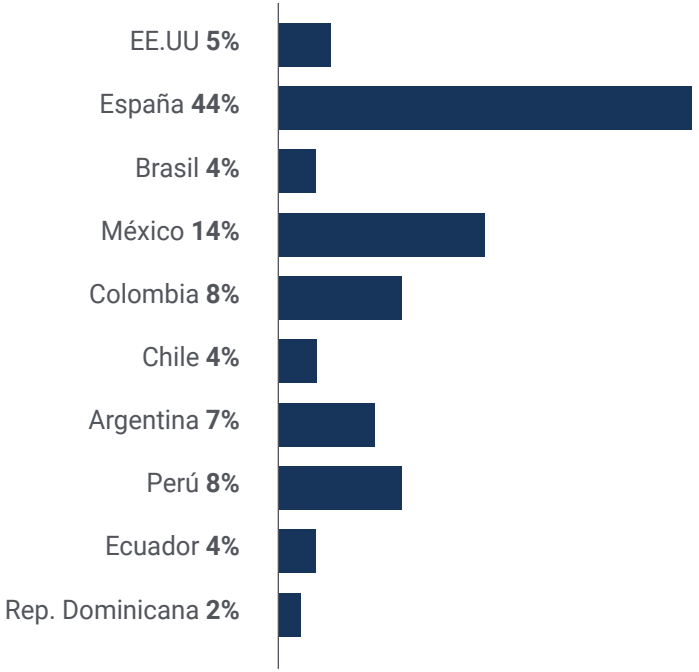
Formación



Perfil académico



Distribución geográfica





Alejandra Ramón

Jefa de Producción y gerente de proyecto

"Luego de varios años de gerencia pude comenzar un nuevo proyecto luego de cursar este MBA en Dirección de Empresas Audiovisuales, convirtiéndose en el cambio que necesitaba para impulsar mi carrera. Una excelente opción si quieres continuar tu trabajo, ya que el programa es completamente online"

09

Impacto para tu carrera

Somos conscientes de que cursar un programa de estas características supone una gran inversión económica, profesional y, por supuesto, personal. Por esta razón, el objetivo final siempre será brindar todas las herramientas necesarias y una metodología innovadora para motivar a los estudiantes en cada clase. Esto garantizará una inserción laboral satisfactoria en un sector que demanda calidad y excelencia.





Podrás generar un cambio positivo en tu carrera profesional Identificar y clasificar los equipos humanos y los medios técnicos adecuados y necesarios para cada fase del proyecto”

Logra el cambio positivo que necesitas para impulsar tu carrera y profesión con el MBA en Dirección de Empresas Audiovisuales.

¿Estás preparado para dar el salto? Una excelente mejora profesional te espera

El MBA en Dirección de Empresas Audiovisuales de TECH es un programa intensivo que te prepara a los futuros egresados para afrontar retos y decisiones empresariales en el campo de direccion de empresas audiovisuales. Su objetivo principal es favorecer tu crecimiento personal y profesional. Ayudarte a conseguir el éxito.

Si quieres superarte a ti mismo, conseguir un cambio positivo a nivel profesional y relacionarte con los mejores, éste es tu sitio.

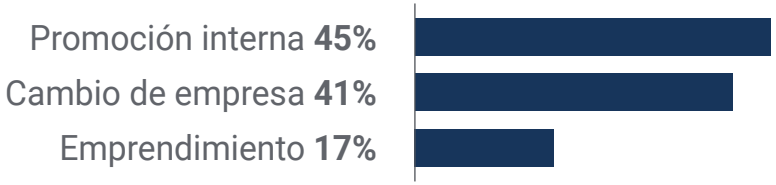
Una vía de educación y crecimiento profesional que te impulsará hacia una mayor competitividad en el mercado laboral.

Generar un cambio positivo

Momento del cambio

Durante el programa el	Durante el primer año el	Dos años después el
13%	**62%**	**25%**

Tipo de cambio



Mejora salarial

La realización de este programa supone para nuestros alumnos un incremento salarial de más del **25%**

Salario previo	Incremento salarial del	Salario posterior
59.800 €	**25,22%**	**75.001 €**

10

Beneficios para tu empresa

El MBA en Dirección de Empresas Audiovisuales contribuye a elevar el talento de la organización a su máximo potencial mediante la capacitación de líderes de alto nivel.

Participar en este programa supone una oportunidad única para acceder a una red de contactos potente en la que encontrar futuros socios profesionales, clientes o proveedores.





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"

Desarrollar y retener el talento en las empresas es la mejor inversión a largo plazo.

01

Crecimiento del talento y del capital intelectual

El profesional aportará a la empresa nuevos conceptos, estrategias y perspectivas que pueden provocar cambios relevantes en la organización.

02

Retención de directivos de alto potencial evitando la fuga de talentos

Este programa refuerza el vínculo de la empresa con el profesional y abre nuevas vías de crecimiento profesional dentro de la misma.

03

Construcción de agentes de cambio

Será capaz de tomar decisiones en momentos de incertidumbre y crisis, ayudando a la organización a superar los obstáculos.

04

Incremento de las posibilidades de expansión internacional

Gracias a este programa, la empresa entrará en contacto con los principales mercados de la economía mundial.



05

Desarrollo de proyectos propios

El profesional puede trabajar en un proyecto real o desarrollar nuevos proyectos en el ámbito de I+D o Desarrollo de Negocio de su compañía.

06

Aumento de la competitividad

Este programa dotará a sus profesionales de competencias para asumir los nuevos desafíos e impulsar así la organización.

11

Titulación

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





Supera con éxito esta capacitación y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites”

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

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

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

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

Nº. Horas Oficiales: **1.500 h.**



tech universidad tecnológica

Otorga la presente

CONSTANCIA

a

C. _____, con documento de identificación nº_____

Por haber superado con éxito y acreditado el programa de

MÁSTER TÍTULO PROPIO

en

MBA en Dirección de Empresas Audiovisuales

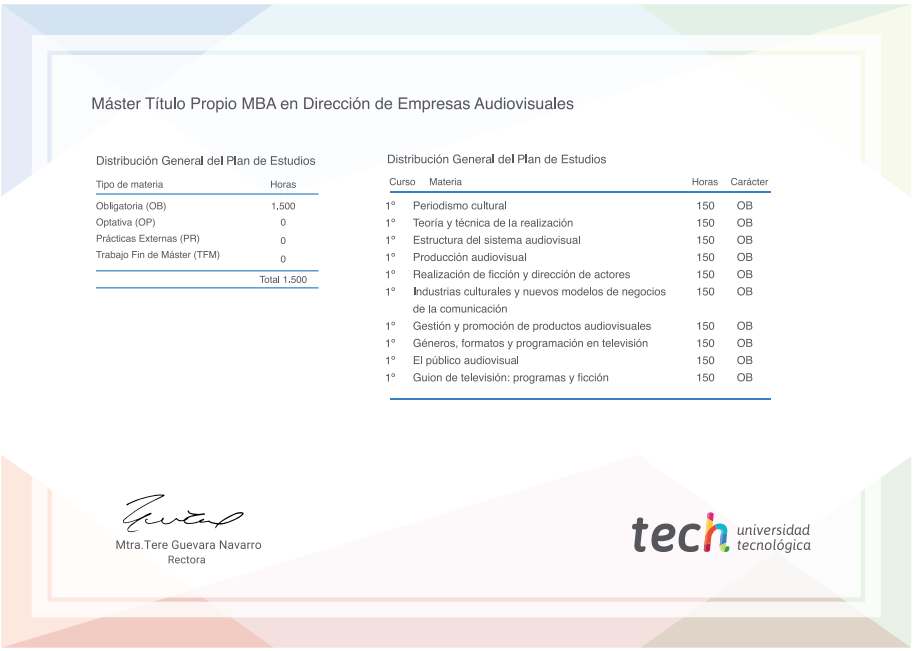
Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 1.500 horas, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

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

A 17 de junio de 2020

Mtra.Tere Guevara Navarro
Rectora

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 en Dirección de Empresas Audiovisuales

Distribución General del Plan de Estudios

Tipo de materia	Horas
Obligatoria (OB)	1,500
Optativa (OP)	0
Prácticas Externas (PR)	0
Trabajo Fin de Máster (TFM)	0
	Total 1.500

Distribución General del Plan de Estudios

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

Mtra.Tere Guevara Navarro
Rectora

tech universidad tecnológica

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

tech universidad tecnológica

Máster Título Propio

MBA en Dirección de Empresas Audiovisuales

Idioma: **Español**

Modalidad: **Online**

Duración: **12 meses**

Acreditación: **TECH Universidad Tecnológica**

Horas lectivas: **1.500 h.**

Máster Título Propio

MBA en Dirección de Empresas Audiovisuales



tech universidad tecnológica