Experto Universitario

Audiencias y Recepción del Producto Audiovisual



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Experto Universitario

Audiencias y Recepción del Producto Audiovisual

Modalidad: **Online**
Duración: **6 meses**
Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **600 h.**
Acceso web: **www.techtitute.com/periodismo-comunicacion/experto-universitario/experto-audiencias-recepcion-producto-audiovisual**

Índice

01 Presentación — *pág. 4*

02 Objetivos — *pág. 8*

03 Estructura y contenido — *pág. 12*

04 Metodología — *pág. 18*

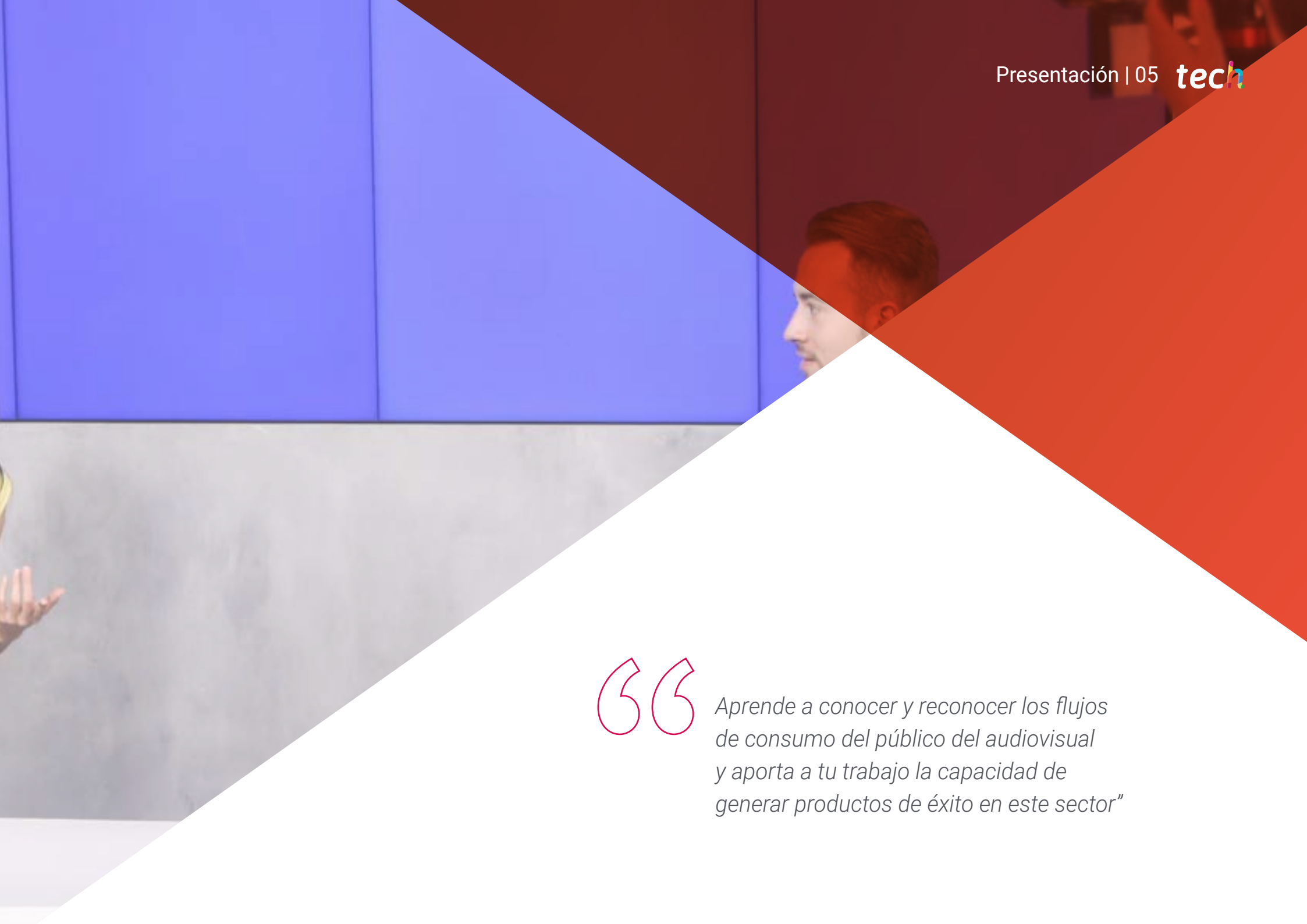
05 Titulación — *pág. 26*

01

Presentación

Conocer al público, sus evoluciones y su cambiante identidad en cuanto al consumo audiovisual es el elemento clave para conseguir que cualquier productos de esta industria tenga el impacto deseado en la audiencia. Este programa llevará al estudiante al aprendizaje más completo en este tema y en los relacionados con la recepción de los productos audiovisuales, en una especialización de la más alta calidad; la seña de identidad de todos los programas de TECH.





Aprende a conocer y reconocer los flujos de consumo del público del audiovisual y aporta a tu trabajo la capacidad de generar productos de éxito en este sector”

Cualquier producto audiovisual nace con el objetivo de ser consumido por un público. Esto se convierte en el desafío que mueve toda la construcción del proyecto y se configura de manera dinámica en cada una de las ocasiones.

Este dinamismo se basa en los cambiantes flujos de consumo que el público va mostrando a lo largo del tiempo y que definen los gustos de los diferentes sectores. El producto audiovisual se ve obligado a adaptarse a estos escenarios de manera constante para tener la capacidad de llegar a los objetivos deseados.

A lo largo de esta especialización se analizará cómo se configura este comportamiento del público y las audiencias y cuáles son los ajustes y adaptaciones que el profesional de este sector debe llevar a cabo para crear productos competitivos y de calidad.

La inevitable dictadura de las audiencias desveladas en todos los aspectos que el profesional del medio audiovisual debe conocer para competir"

Este **Experto Universitario en Audiencias y Recepción del Producto Audiovisual** ofrece las características de un programa de alto nivel docente y tecnológico. Estas son algunas de sus características más destacadas:

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

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

El estudio de las Audiencias y la Recepción del Producto Audiovisual en una especialización de alto interés para el profesional de esta área.

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

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

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

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



02

Objetivos

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





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

Objetivos generales

- Conocer cómo funcionan los flujos de consumo en el producto audiovisual
- Estudiar acerca de las audiencias y su poder en el producto audiovisual
- Desarrollar los diferentes aspectos de la recepción del producto audiovisual

Impulsamos tu crecimiento profesional con este Experto Universitario en Audiencias y Recepción del Producto Audiovisual apoyando tu desarrollo con productos educativos de la más alta calidad"



Objetivos específicos

Módulo 1. 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 2. 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 3. 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
- Tener la capacidad para comprender las transformaciones derivadas de la digitalización

Módulo 4. Cine, televisión y sociedad contemporánea

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

03

Estructura y contenido

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





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

Módulo 1. Industrias culturales y nuevos modelos de negocios de la comunicación

1.1. La cultura artesanal mercantilizada
- 1.1.1. Del espectáculo en vivo a las artes plásticas
- 1.1.2. Museos y patrimonio
- 1.1.3. La ciudad

1.2. Tecnología, comunicación y cultura
- 1.2.1. Tecnología, I.C. y comunicación social. Tecnología y utopías

1.3. Estructura de las IC: naturaleza económica
- 1.3.1. Oferta
- 1.3.2. El trabajo creativo y la propiedad intelectual
- 1.3.3. El consumo

1.4. Los grandes sectores de las I.C.
- 1.4.1. Los productos editoriales
- 1.4.2. Las I.C. de flujo
- 1.4.3. Los modelos híbridos

1.5. La globalización y la diversidad en las I.C.
- 1.5.1. Concentración; internacionalización y globalización de las I.C.
- 1.5.2. La lucha por la diversidad y su evolución hacia la sociedad de la información

1.6. La era digital en las I.C.
- 1.6.1. Las mercancías editoriales on/off line
- 1.6.2. Las I.C. de flujo
- 1.6.3. Nuevos modelos en la era digital: el derecho de autor digital y sus interrogantes
- 1.6.4. Cultura libre y licencias *Creative Commons*
- 1.6.5. Creatividad e innovación en la creación de proyectos audiovisuales *low cost*
- 1.6.6. ¿Qué es el contenido audiovisual de bajo coste?
- 1.6.7. Crowdfunding y la centralidad de Internet

1.7. Las políticas culturales y de cooperación
- 1.7.1. El papel de los Estados y de las regiones de países (Unión Europea, MERCOSUR, TLC)
- 1.7.2. Políticas culturales digitales





1.8. Retos y oportunidades de negocio de los medios ante la digitalización
  1.8.1. Marco legal para el desarrollo de los nuevos negocios de la comunicación en el entorno digital. La adaptación a los nuevos escenarios digitales. Objetivos y necesidades
1.9. Medios digitales y medios de comunicación en la era digital I
  1.9.1. El negocio de la prensa online: retos e interrogantes. Métodos de planificación y control de proyectos para la toma de decisiones en las empresas periodísticas en el entorno digital
  1.9.2. Innovación y deseño de estrategias para el desarrollo de productos informativos y mejora en los procesos de gestión y toma de decisiones en el entorno digital
  1.9.3. La radio en el entorno digital
1.10. Medios digitales y medios de comunicación en la era digital II
  1.10.1. Nuevas claves de gestión publicitaria en los medios digitales. Cambios de parámetros para la gestión de tiempos y espacios. Marketing viral y *branded content*
  1.10.2. Particularidades de los medios de comunicación en la era digital: los negocios emergentes. Los negocios de la blogosfera y las redes sociales. Los nuevos consumidores y usuarios. Estrategias de posicionamiento en el mercado de la información
  1.10.3. Ficción en internet: las webseries

Módulo 2. Gestión y promoción de productos audiovisuales

2.1. Gestión de la producción ejecutiva
  2.1.1. Vías de financiación
  2.1.2. Legislación
  2.1.3. Coproducciones nacionales e internacionales
  2.1.4. Copyright y derechos de autor
2.2. Distribución audiovisual
  2.2.1. La estrategia de distribución
  2.2.2. Introducción a la distribución de productos audiovisuales en España
  2.2.3. Empresa de distribución
  2.2.4. Ventanas de explotación: distribución en ventanas clásicas/distribución online
  2.2.5. Contratos y derechos de distribución
  2.2.6. Publicidad y Marketing
  2.2.7. Festivales
  2.2.8. Academias y asociaciones
  2.2.9. Piezas de promoción: los trailers
  2.2.10. El proyecto audiovisual *low cost*: creación y promoción

2.3. Exhibición audiovisual
- 2.3.1. Salas de exhibición
- 2.3.2. Exhibición televisiva: soportes/audiencias
- 2.3.3. Soportes digitales y multimedia

2.4. Los festivales de cine: introducción I
- 2.4.1. Orígenes, objetivos

2.5. Los festivales de cine: introducción II
- 2.5.1. Tipos de festivales
- 2.5.2. Exhibición y legitimación de la producción cinematográfica en la sociedad global
- 2.5.3. El festival como legitimador de discursos: el caso de Sundance y el indie

2.6. El festival de cine como ágora: estructura del festival
- 2.6.1. Selección y secciones
- 2.6.2. Galas, premios y jurados
- 2.6.3. Públicos y opinión pública

2.7. El festival como mediador
- 2.7.1. Producción y dirección de festivales: líneas editoriales (políticas)
- 2.7.2. El programador: cánones y contra-cánones
- 2.7.3. La estrella: promocionando el cine

2.8. Geopolíticas del festival de cine
- 2.8.1. Geografías de los festivales
- 2.8.2. *City branding*
- 2.8.3. Comunidades locales y redes transnacionales
- 2.8.4. El festival como mercado
- 2.8.5. El festival como productor

2.9. Festivales de cine en España
- 2.9.1. Cartografía y tipología
- 2.9.2. Financiación y modelos de organización
- 2.9.3. Casos de estudio

2.10. La legitimación de los cines transnacionales en el circuito internacional de festivales
- 2.10.1. El caso de América Latina

Módulo 3. El público audiovisual

3.1. Las teorías de la recepción I
- 3.1.1. Introducción a las teorías de la recepción
- 3.1.2. Las primeras corrientes en los estudios de la recepción

3.2. Las teorías de la recepción II
- 3.2.1. El cambio de paradigma en las teorías de recepción
- 3.2.2. Una propuesta teórica para analizar el público audiovisual: las aportaciones de Janet Staiger

3.3. El público cinematográfico I
- 3.3.1. Evolución en EE.UU
- 3.3.2. Caso de estudio aplicado

3.4. El público cinematográfico II
- 3.4.1. Evolución en España
- 3.4.2. Caso de estudio aplicado

3.5. Las audiencias televisivas I
- 3.5.1. ¿Por qué estudiarlas?
- 3.5.2. La medición de audiencias: estudios cuantitativos tradicionales
- 3.5.3. Limitaciones y crisis en el entorno digital

3.6. Las audiencias televisivas II
- 3.6.1. Post-audiencia. Medición del público en Internet y en la TDT
- 3.6.2. Hacia un nuevo modelo de análisis: cultura de la convergencia

3.7. Públicos y audiencias en la actualidad I
- 3.7.1. Las audiencias y las minorías: las implicaciones del género, sexualidad y raza/etnicidad en relación con los medios
- 3.7.2. Nuevas aproximaciones al concepto de audiencia: etnografía, fandom, comunidad, transmedia, transtextualidad
- 3.7.3. Comportamientos de los fans

3.8. Públicos y audiencias en la actualidad II
- 3.8.1. El espectador de estrellas cinematográficas
- 3.8.2. El espectador de películas/series de culto
- 3.8.3. Del cine a casa: experiencias espectatoriales colectivas e individuales
- 3.8.4. El efecto de la violencia, el horror y las imágenes sexualmente explícitas en el espectador
- 3.8.5. El lugar de la memoria en el espectador audiovisual

3.9. Estudios aplicados I
- 3.9.1. La recepción de La Venus rubia (Josef von Sternberg, 1932): la censura contra los fans
- 3.9.2. La recepción crítica de La Naranja Mecánica (Stanley Kubrick, 1971) en Estados Unidos

3.10. Estudios aplicados II
- 3.10.1. El silencio de los corderos (Jonathan Demme, 1991): La producción de significados culturales para la comunidad gay y feminista en Estados Unidos
- 3.10.2. Las audiencias de Game of Thrones/Juego de tronos (HBO, 2011-2019): la transversalidad y globalidad de la cultura fan
- 3.10.3. La recepción crítica de la comedia madrileña en el contexto de la Transición democrática española

Módulo 4. Cine, televisión y sociedad contemporánea

4.1. Identidad
- 4.1.1. La identidad en el mundo primitivo
- 4.1.2. La identidad en el mundo medieval
- 4.1.3. La identidad en la modernidad
- 4.1.4. La identidad en la posmodernidad

4.2. Representación
- 4.2.1. Representación y cultura visual
- 4.2.2. La representación a lo largo de la historia
- 4.2.3. El valor instrumental de la imagen

4.3. La identidad colectiva: la nación y la clase obrera
- 4.3.1. La representación colectiva en el mundo moderno: la clave nacional
- 4.3.2. Representación de la identidad colectiva en la modernidad: el otro
- 4.3.3. La identidad nacional en la posmodernidad
- 4.3.4. El *free cinema* y la legitimación de la clase obrera en Reino Unido. Consecuencias

4.4. Imágenes de la masculinidad
- 4.4.1. La representación del hombre en la modernidad
- 4.4.2. Nuevas masculinidades en el cine y la televisión

4.5. Representación de la identidad sexual e identidad transgénero
- 4.5.1. Orientación sexual e identidad transgénero: un recorrido a través del cine y la televisión

4.6. Crisis generacional
- 4.6.1. Adolescencia, crisis de los treinta, neo-existencialismo

4.7. Pareja y relaciones
- 4.7.1. Amores líquidos

4.8. La representación del cambio social en la comedia cinematográfica de la Transición española
- 4.8.1. La comedia madrileña
- 4.8.2. El cine de Pedro Almodóvar

4.9. La representación de la crisis económica y revisión del sueño americano
- 4.9.1. Dinero, fama, figura del *self made man*

4.10. Representaciones del terrorismo en el cine y la televisión
- 4.10.1. Del tabú a la parodia

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

04

Metodología

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

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





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

Estudio de Caso para contextualizar todo el contenido

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

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



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



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

Un método de aprendizaje innovador y diferente

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

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

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo desde que éstas existen. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, el método del caso consistió en presentarles situaciones complejas reales para que tomasen decisiones y emitiesen juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Ante una determinada situación, ¿qué debería hacer un profesional? Esta es la pregunta a la que nos enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos reales. Deberán integrar todos sus conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones.

Relearning Methodology

TECH aúna de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina 8 elementos didácticos diferentes en cada lección.

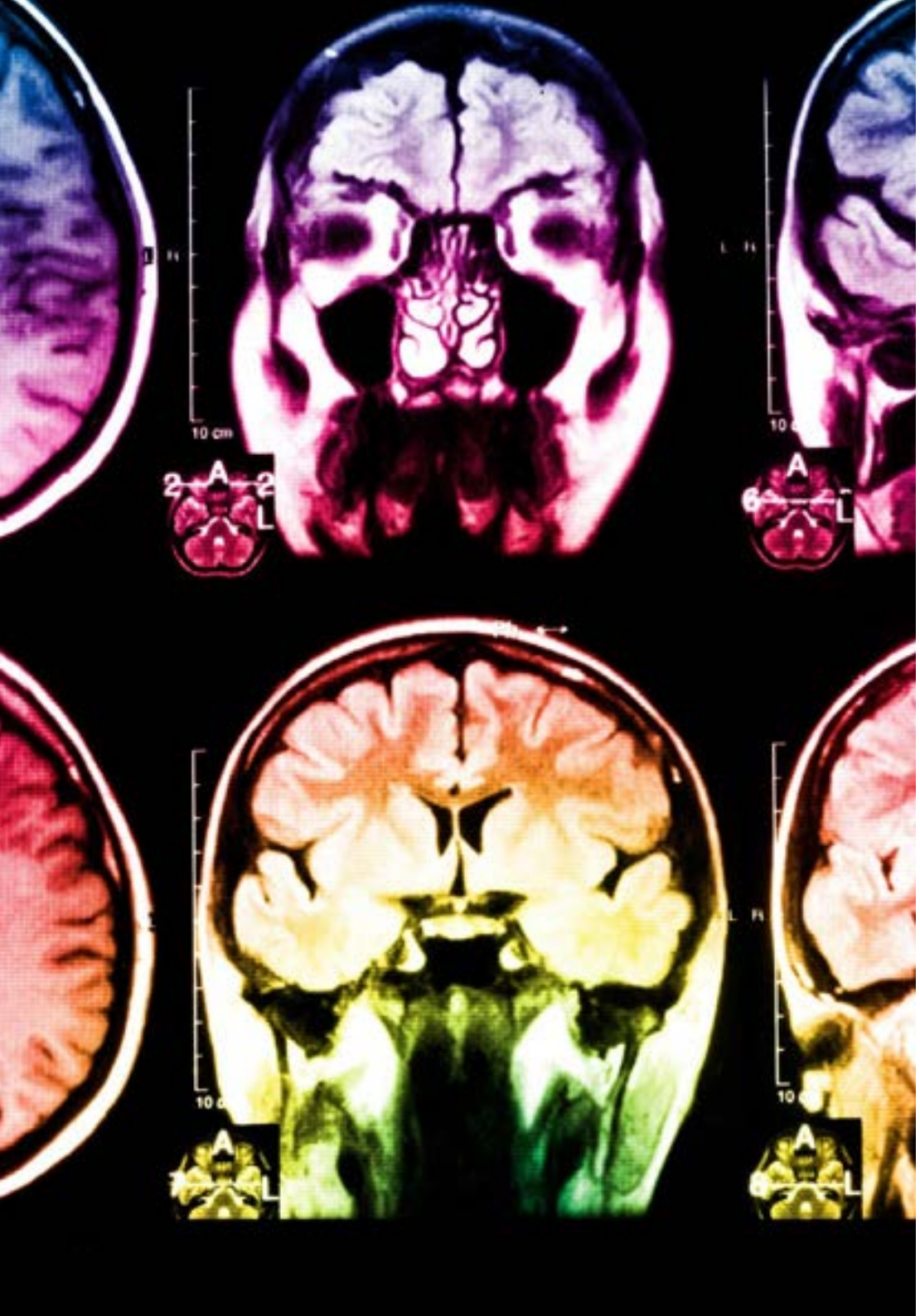
Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

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

En TECH se aprende con una metodología vanguardista concebida para capacitar a los directivos del futuro. Este método, a la vanguardia pedagógica mundial, se denomina Relearning.

Nuestra universidad es la única en habla hispana licenciada para emplear este exitoso método. En 2019, conseguimos mejorar los niveles de satisfacción global de nuestros alumnos (calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso, objetivos…) con respecto a los indicadores de la mejor universidad online en español.





En nuestro programa, el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprender, desaprender, olvidar y reaprender). Por eso, combinamos cada uno de estos elementos de forma concéntrica. Con esta metodología se han capacitado más de 650.000 graduados universitarios con un éxito sin precedentes en ámbitos tan distintos como la bioquímica, la genética, la cirugía, el derecho internacional, las habilidades directivas, las ciencias del deporte, la filosofía, el derecho, la ingeniería, el periodismo, la historia o los mercados e instrumentos financieros. Todo ello en un entorno de alta exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico alto y una media de edad de 43,5 años.

El Relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu especialización, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.

A partir de la última evidencia científica en el ámbito de la neurociencia, no solo sabemos organizar la información, las ideas, las imágenes y los recuerdos, sino que sabemos que el lugar y el contexto donde hemos aprendido algo es fundamental para que seamos capaces de recordarlo y almacenarlo en el hipocampo, para retenerlo en nuestra memoria a largo plazo.

De esta manera, y en lo que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, los diferentes elementos de nuestro programa están conectados con el contexto donde el participante desarrolla su práctica profesional.

Este programa ofrece los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para los profesionales:

Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual, para crear el método de trabajo online de TECH. Todo ello, con las técnicas más novedosas que ofrecen piezas de gran calidad en todos y cada uno los materiales que se ponen a disposición del alumno.

Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos.

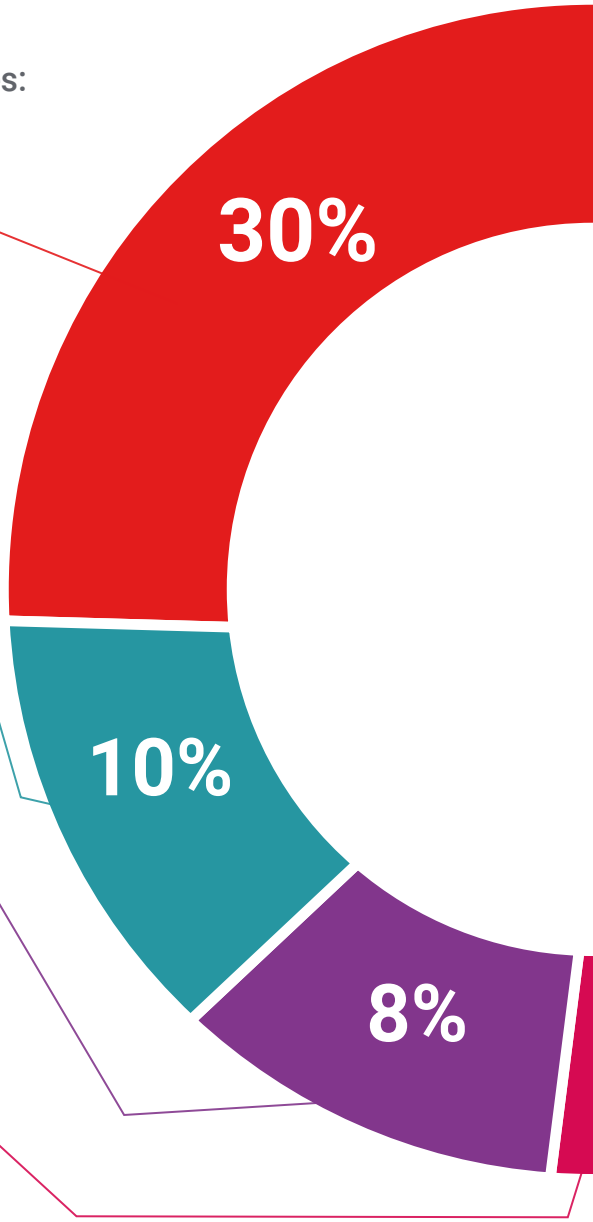
El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.

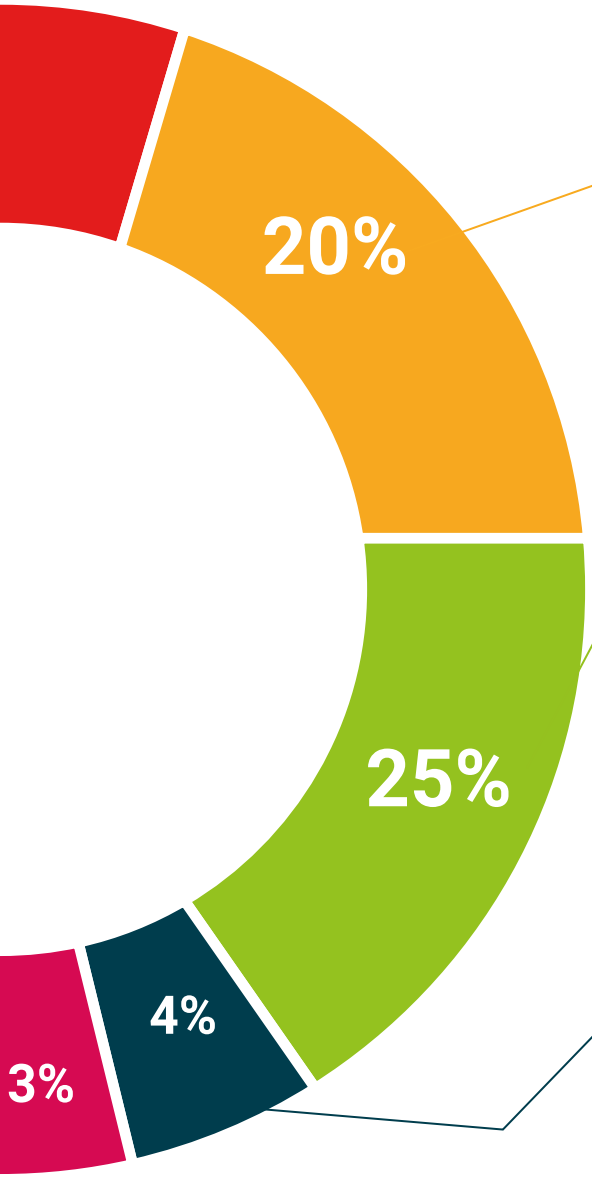
Prácticas de habilidades y competencias

Realizarán actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.

Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso y guías internacionales, entre otros. En la biblioteca virtual de TECH el estudiante tendrá acceso a todo lo que necesita para completar su capacitación.





Case studies

Completarán una selección de los mejores casos de estudio elegidos expresamente para esta titulación. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.

Resúmenes interactivos

El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

Este exclusivo sistema educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".

Testing & Retesting

Se evalúan y reevalúan periódicamente los conocimientos del alumno a lo largo del programa, mediante actividades y ejercicios evaluativos y autoevaluativos para que, de esta manera, el estudiante compruebe cómo va consiguiendo sus metas.

05

Titulación

El Experto Universitario en Audiencias y Recepción del Producto Audiovisual garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título Experto Universitario expedido por TECH Universidad Tecnológica.





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

Este **Experto Universitario en Audiencias y Recepción del Producto 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 **Experto Universitario** emitido por **TECH Universidad Tecnológica.**

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

Título: **Experto Universitario en Audiencias y Recepción del Producto Audiovisual**

N.º Horas Oficiales: **600 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

EXPERTO UNIVERSITARIO

en

Audiencias y Recepción del Producto Audiovisual

Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 600 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

*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

Experto Universitario

Audiencias y Recepción del Producto Audiovisual

Modalidad: **Online**

Duración: **6 meses**

Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**

Horas lectivas: **600 h.**

Experto Universitario

Audiencias y Recepción del Producto Audiovisual



tech universidad tecnológica