

Máster Profesional

Dirección de Empresas Audiovisuales



tech formación
profesional

Máster Profesional Dirección de Empresas Audiovisuales

Modalidad: Online

Titulación: TECH Formación Profesional

Duración: 12 meses

Horas: 1.500

Acceso web: www.tech-fp.com/administracion-gestion/master-profesional/master-profesional-direccion-empresas-audiovisuales

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Requisitos de acceso

pág. 6

03

Salidas profesionales

pág. 8

04

¿Qué seré capaz de hacer
al finalizar el Máster
Profesional?

pág. 10

05

Plan de formación

pág. 14

06

Metodología

pág. 22

07

Titulación

pág. 26

01

Presentación

Las empresas audiovisuales pertenecen a un concreto sector dentro del ámbito de la comunicación o el entretenimiento que requiere un elevado desembolso económico para llevar a cabo su actividad. Por ello, es necesario trazar una serie de estrategias que optimicen los costes de producción y comercialización, a la par que permitan la creación de productos de calidad. Dado que de estas tareas dependen tanto los beneficios empresariales como la aceptación de los bienes por parte del público, estas compañías precisan de personal técnico con una elevada capacidad para asistir y gestionar numerosos aspectos corporativos. Así, TECH ha creado esta titulación donde examinarás los modelos de trabajos más vanguardistas en esta industria cultural. A través de sus contenidos didácticos y su plataforma 100% online de excelencia, conseguirás las competencias prácticas más solicitadas por este ámbito.

“

¿Buscas acceder al competitivo y exigente sector audiovisual? Este programa 100% online de TECH te ofrecerá todas las herramientas profesionales para lograr tus metas e incrementar tus oportunidades laborales”





La dirección de empresas de sectores específicos, como puede ser el audiovisual, requiere de un alto nivel de especialización en la materia, así como el desarrollo de las habilidades de liderazgo de equipos. De su correcta labor, dependen factores como la adecuada gestión del trabajo y la elección apropiada de los formatos de creación o de los canales de distribución de los productos finalizados, lo que repercute directamente en el incremento de las ventas y en la maximización de los beneficios económicos empresariales.

Pensando en ello, TECH ha ideado este completo programa, para que al cursarlo seas capaz de adquirir las aptitudes que te permitan asistir o auxiliar esas labores desde una perspectiva técnica. De este modo, participarás del diseño de estrategias que mejoren los procesos de toma de decisiones en las compañías. Asimismo, colaborarás con el desarrollo de productos audiovisuales, en correspondencia con las necesidades del público.

Gracias a su carácter 100% online, podrás completar esta titulación a tu propio tiempo y ritmo, sin necesidad de someterte a rígidos horarios y sin hacer incómodos desplazamientos a un centro de estudios. Así, adquirirás un aprendizaje resolutivo y adaptado a tu forma de vida y necesidades específicas.

“ *Mediante este Máster Profesional, dominarás e incorporarás en tu metodología de trabajo las estrategias que contribuyen directamente a mejorar la gestión y la toma de decisiones en la empresa audiovisual*”

02

Requisitos de acceso

Esta titulación no exige ningún requisito de acceso previo al alumno. Esto quiere decir que, para inscribirse y completar el programa, no es necesario haber realizado ningún estudio de forma previa, ni resulta obligatorio cumplir ninguna otra clase de criterio preliminar. Esto te permitirá matricularte y comenzar a aprender de forma inmediata, y sin los complejos trámites exigidos por otras instituciones académicas.

Gracias a este acceso inmediato conseguirás potenciar y poner al día tus conocimientos de un modo cómodo y práctico. Lo que te posicionará fácilmente en un mercado laboral altamente demandado y sin tener que dedicar cientos de horas a estudiar formación reglada previa.

Por todo ello, este programa se presenta como una gran oportunidad para mejorar tus perspectivas de crecimiento profesional de forma rápida y eficiente. Todo esto, a través de un itinerario académico 100% online y con la garantía de calidad, prestigio y empleabilidad de TECH Formación Profesional.

“

TECH te permite el acceso inmediato a esta titulación, sin requerimientos previos de ingreso ni complejos trámites para matricularte y completar el programa”





Las ventajas de cursar este programa sin necesidad de cumplir requisitos de acceso previo son:

01

Podrás matricularte inmediatamente y comenzar a estudiar cuando quieras. A tu ritmo y sin esperas

02

Tendrás acceso a un programa de alto valor curricular, donde podrás adquirir las habilidades profesionales más demandadas en la actualidad de un modo práctico

03

Mejorarás tus perspectivas laborales en tan solo unas semanas

04

Tendrás acceso a los recursos didácticos multimedia más avanzados del mercado educativo

05

Te prepararás para responder a las necesidades actuales del mercado profesional aprendiendo mediante un formato 100% online

06

Obtendrás una titulación de TECH, una institución académica de referencia a nivel internacional

03

Salidas profesionales

Las empresas de producción audiovisual pertenecen a un ámbito muy específico y técnico. Para que los negocios de este tipo lleguen a ser líderes en sus mercados, el personal que en ellos trabaje debe manejar las últimas estrategias de administración y gestión. A partir de esas competencias, los profesionales pueden fomentar el desarrollo de dinámicas productivas más eficientes, documentar la labor conjunta de varios departamentos, entre otras responsabilidades. Es por esto que TECH ha desarrollado este completo Máster Profesional con una alta orientación laboral, de forma que, al cursarlo, obtengas las destrezas que te permitan impulsar tus oportunidades en este concreto sector.

“

Cursa esta titulación e incrementa tus posibilidades de ocupar un cargo como responsable de equipos de grabación o asistente de producción en una prestigiosa empresa audiovisual”



Esta titulación, en definitiva, te convertirá en un gran especialista preparado para trabajar en alguno de los siguientes puestos:

- ♦ Asistente de CEO en empresas audiovisuales
- ♦ Auxiliar administrativo en redacciones televisivas
- ♦ Asistente técnico de producción audiovisual
- ♦ Técnico de encuestas de análisis de audiencias
- ♦ Auxiliar administrativo responsable de equipos de grabación y producción
- ♦ Asistente personal en despachos y oficina directivas
- ♦ Auxiliar administrativo de finanzas y RRHH
- ♦ Técnico de atención al cliente



04

¿Qué seré capaz de hacer al finalizar el Máster Profesional?

Una vez finalizado este Máster Profesional, contarás con competencias que te permitirán desempeñarte con éxito en la asistencia a la dirección de empresas audiovisuales. Así, participarás de manera proactiva en la elección de las mejores estrategias para gestionar equipos de trabajo o implementar adecuadamente la distribución de productos.

01

Dominar el funcionamiento de las empresas del sector audiovisual y sus tendencias

02

Organizar y gestionar adecuadamente los tiempos para cumplir con plazos u proyectos

03

Interactuar con clientes, proveedores y equipos internos a través de las mejores habilidades de comunicación verbal y escrita

04

Colaborar de manera efectiva en la asistencia de diferentes profesionales del sector, potenciando el trabajo en equipo





05

Adaptar las tareas y funciones a los cambios rápidos y demandas que se sucedan en el ejercicio de trabajo cotidiano de una empresa audiovisual

06

Desarrollar ideas y soluciones innovadoras ante las dificultades y desafíos que surgen en el trabajo diario

07

Manejar de forma básica la tecnología audiovisual más inmediata de esta industria como cámaras y equipos de sonido

08

Utilizar diferentes softwares de edición de vídeo, diseño gráfico y otras herramientas relacionadas

09

Orientar a los clientes sobre los servicios de la empresa para satisfacer de manera más efectiva sus necesidades y expectativas

10

Planificar, coordinar e informar al resto de equipos de trabajo audiovisual sobre nuevos requerimientos en los proyectos

11

Supervisar y registrar los pasos de producción para la correcta ejecución de eventos y proyectos

12

Asistir al equipo directivo de la empresa durante negociaciones y acuerdos con proveedores y socios comerciales que pueden resultar beneficiosos para la empresa

13

Interpretar el marco jurídico y la legislación que se articula en torno a la producción audiovisual y sus repercusiones en los distintos formatos de producción





14

Emprender el registro interno de materiales desarrollados en la empresa, siguiendo los parámetros más estrictos de derechos de autor

15

Facilitar a los cuerpos directivos y de producción información actualizada para mantener al día sobre la evolución y problemáticas inherentes a los proyectos de la empresa

16

Plasmar en los mecanismos seleccionados por la empresa las fases de desarrollo de cada producto para mantener informado al cliente

17

Supervisar el desarrollo adecuado de las fases de comercialización de los productos audiovisuales de la empresa

18

Mantener y salvaguardar información sensible para la empresa a través de una estricta ética y confidencialidad profesional

05

Plan de formación

El temario de esta titulación ha sido diseñado con el fin de proporcionarte, por medio de 10 módulos, las competencias necesarias para dirigir solventemente una empresa destinada a la producción audiovisual. Para ello, se ha elegido detalladamente una serie de materiales didácticos elaborados por los mejores expertos en la materia, presentes en formatos como el vídeo o el resumen interactivo. Gracias a ello y a través de una metodología 100% online, obtendrás un aprendizaje completamente aplicable en tu vida laboral, accesible en el momento y el lugar que desees para optimizar por completo tu enseñanza.

“

El plan de estudios de este Máster Profesional está diseñado por los mejores expertos en Dirección de Empresas Audiovisuales para ofrecerte aquellas competencias de mayor aplicabilidad en tu vida laboral”



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 I 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
 - 9.6.7. 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

06

Metodología

Nuestra institución es la primera en el mundo que combina la metodología de los *case studies* con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina elementos didácticos diferentes en cada lección.

Potenciamos los case studies con el mejor método de enseñanza 100% online: el *Relearning*.

TECH pone a tu disposición un método de aprendizaje que ha revolucionado la Formación Profesional y con el que mejorarás tus perspectivas de futuro de forma inmediata.

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

Nuestra institución 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 del mejor centro educativo online en español.



Esta titulación de TECH es un programa intensivo que te prepara para afrontar todos los retos en esta área, tanto en el ámbito nacional como internacional. Tenemos el compromiso de favorecer tu crecimiento personal y profesional, la mejor forma de caminar hacia el éxito, por eso en TECH utilizarás los *case studies*, la metodología de enseñanza más avanzada y eficaz del mercado educativo.

“ *Nuestro programa te proporciona las mejores habilidades profesionales, preparándote para afrontar todos los retos actuales y futuros en esta área*”

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 tomaran decisiones y emitieran juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas.

Ante una determinada situación, ¿qué harías tú? Esta es la pregunta a la que te enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del curso, te enfrentarás a múltiples casos reales. Deberás integrar todos tus conocimientos, investigar, argumentar y defender tus ideas y decisiones.



En este programa tendrás acceso a los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para ti:



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 que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.



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 nuestras futuras decisiones difíciles.



Prácticas de habilidades y competencias

Realizarás 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, guías internacionales... En nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.





Case Studies

Completarás una selección de los mejores *case studies* de la materia. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



Resúmenes interactivos

Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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



Testing & Retesting

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del programa. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.



07

Titulación

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

Tras la superación de las evaluaciones, el alumno recibirá por correo postal con acuse de recibo su correspondiente Título de Máster Profesional emitido por TECH.

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

Título: **Máster Profesional en Dirección de Empresas Audiovisuales**

Modalidad: **Online**

Horas: **1.500**



salud futuro
confianza personas
educación información tutores
garantía acreditación enseñanza
instituciones tecnología aprendizaje
comunidad compromiso
atención personalizada innovación
conocimiento presente calidad
desarrollo web formación
aula virtual idiomas instituciones

tech formación profesional

Máster Profesional
Dirección de Empresas
Audiovisuales

Modalidad: Online

Titulación: TECH Formación Profesional

Duración: 12 meses

Horas: 1.500

Máster Profesional

Dirección de Empresas Audiovisuales