

Especialización Profesional

Audiencias y Recepción del Producto Audiovisual





tech formación
profesional

Especialización Profesional Audiencias y Recepción del Producto Audiovisual

Modalidad: Online

Titulación: TECH Formación Profesional

Duración: 6 meses

Horas: 600

Acceso web: www.tech-fp.com/imagen-sonido/especializacion-profesional/audiencias-recepcion-producto-audiovisual

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Requisitos de acceso

pág. 6

03

Salidas profesionales

pág. 8

04

¿Qué seré capaz de hacer al finalizar la Especialización Profesional?

pág. 10

05

Plan de formación

pág. 12

06

Metodología

pág. 18

07

Titulación

pág. 22

01

Presentación

Ofrecer una serie o una película que satisfaga las demandas de los espectadores es la principal preocupación de las productoras audiovisuales. Por ello, es esencial detectar las necesidades del público, así como su forma de consumo para determinados géneros. De esta labor se encargan los analistas de audiencias, por lo que son especialistas altamente requeridos por estas compañías audiovisuales. Este programa te permitirá acceder a estas empresas a través de la asimilación de las novedosas técnicas de análisis de audiencias y recepción del producto audiovisual. Durante esta titulación, ahondarás en la utilización de las herramientas más útiles de medición de audiencia o analizarás el impacto de los procesos socio-culturales en la creación de proyectos audiovisuales. Además, la metodología 100% online posibilita un aprendizaje a tu propio ritmo y desde cualquier lugar.

“

Con la Especialización Profesional en Audiencias y Recepción del Producto Audiovisual, ahondarás en el impacto que ocasionan los procesos socio-culturales en la creación de productos audiovisuales”



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

El incorrecto tratamiento en una película de un tema controvertido puede herir sensibilidades. Este hecho puede desembocar en un boicot a todos los proyectos de una productora audiovisual. Para evitar esta delicada situación, estas compañías precisan expertos en el análisis de la audiencia y en la recepción de determinados contenidos. Ante esta situación y con la intención de impulsar tu acceso en este mercado laboral, TECH ha iniciado esta Especialización Profesional.

“

Esta Especialización Profesional potenciará tus oportunidades de ejercer como analista de audiencias de productos audiovisuales”



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

- ♦ Técnico de mesas de control de iluminación en programas televisivos
- ♦ Responsable y/o ayudante de iluminación de escenas audiovisuales
- ♦ Supervisor de sistemas digitales y vectoriales de imagen
- ♦ Ayudante de dirección en cine
- ♦ Auxiliar de realización de televisión



04

¿Qué seré capaz de hacer al finalizar la Especialización Profesional?

Una vez hayas finalizado esta Especialización Profesional, estarás en disposición de identificar el comportamiento de la audiencia frente a determinados productos audiovisuales, empleando para ello las teorías de la recepción más actualizadas. Además, analizarás el impacto del cambio social en el tratamiento de diversos contenidos cinematográficos y televisivos.

01

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

02

Identificar las distintas ventanas de exhibición audiovisual y supervisión de las amortizaciones

03

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

04

Manejar a nivel teórico, las corrientes de estudios dedicados a la recepción audiovisual





05

Evaluar las diferencias existentes entre las distintas formas de abordar el estudio de la recepción audiovisual y cuál es el estado de la cuestión actual

06

Interpretar las transformaciones derivadas de la digitalización

07

Usar las principales tendencias en los modelos representacionales contemporáneos en televisión y cine

08

Distinguir los procesos socio-culturales y su impacto en los procedimientos representativos del audiovisual

05

Plan de formación

El plan de estudios de este programa académico está compuesto por 4 módulos con los que profundizarás en las técnicas de análisis del comportamiento de la audiencia y en la evolución social de los productos audiovisuales. Los materiales didácticos a los que obtendrás acceso durante esta titulación están en formatos textuales e interactivos, con el fin de ofrecer una modalidad académica individualizada y adaptada a tus necesidades personales.

“

Esta titulación posee materiales didácticos disponibles en soportes tan dispares como el vídeo, los case studies o las prácticas de habilidades y competencias”



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 diseño 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. La distribución audiovisual
 - 2.1.1. Introducción
 - 2.1.2. Los actores de la distribución
 - 2.1.3. Los productos de la comercialización
 - 2.1.4. Los ámbitos de la distribución audiovisual
 - 2.1.5. Distribución nacional
 - 2.1.6. Distribución internacional
- 2.2. La empresa de distribución
 - 2.2.1. La estructura organizativa
 - 2.2.2. La negociación del contrato de distribución
 - 2.2.3. Los clientes internacionales
- 2.3. Ventanas de explotación, contratos y ventas internacionales
 - 2.3.1. Ventanas de explotación
 - 2.3.2. Contratos de distribución internacional
 - 2.3.3. Las ventas internacionales
- 2.4. Marketing cinematográfico
 - 2.4.1. Marketing en el cine
 - 2.4.2. La cadena de valor de la producción cinematográfica
 - 2.4.3. Los medios publicitarios al servicio de la promoción
 - 2.4.4. Las herramientas para el lanzamiento
- 2.5. La investigación de mercado en el cine
 - 2.5.1. Introducción
 - 2.5.2. Fase de preproducción
 - 2.5.3. Fase de postproducción
 - 2.5.4. Fase de comercialización
- 2.6. Redes sociales y promoción cinematográfica
 - 2.6.1. Introducción
 - 2.6.2. Promesas y límites de las redes sociales
 - 2.6.3. Los objetivos y su medición
 - 2.6.4. Calendario de promoción y estrategias
 - 2.6.5. Interpretar lo que dicen las redes
- 2.7. La distribución audiovisual en internet I
 - 2.7.1. El nuevo mundo de la distribución audiovisual
 - 2.7.2. El proceso de la distribución en internet
 - 2.7.3. Los productos y las posibilidades en el nuevo escenario
 - 2.7.4. Nuevos modos de distribución
- 2.8. La distribución audiovisual en internet II
 - 2.8.1. Claves del nuevo escenario
 - 2.8.2. Los peligros de la distribución en internet
 - 2.8.3. El Video *on Demand* (VOD) como nueva ventana de distribución
- 2.9. Nuevos espacios para la distribución
 - 2.9.1. Introducción
 - 2.9.2. La revolución Netflix
- 2.10. Los festivales de cine
 - 2.10.1. Introducción
 - 2.10.2. El papel de los festivales de cine en la distribución y exhibición



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

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.



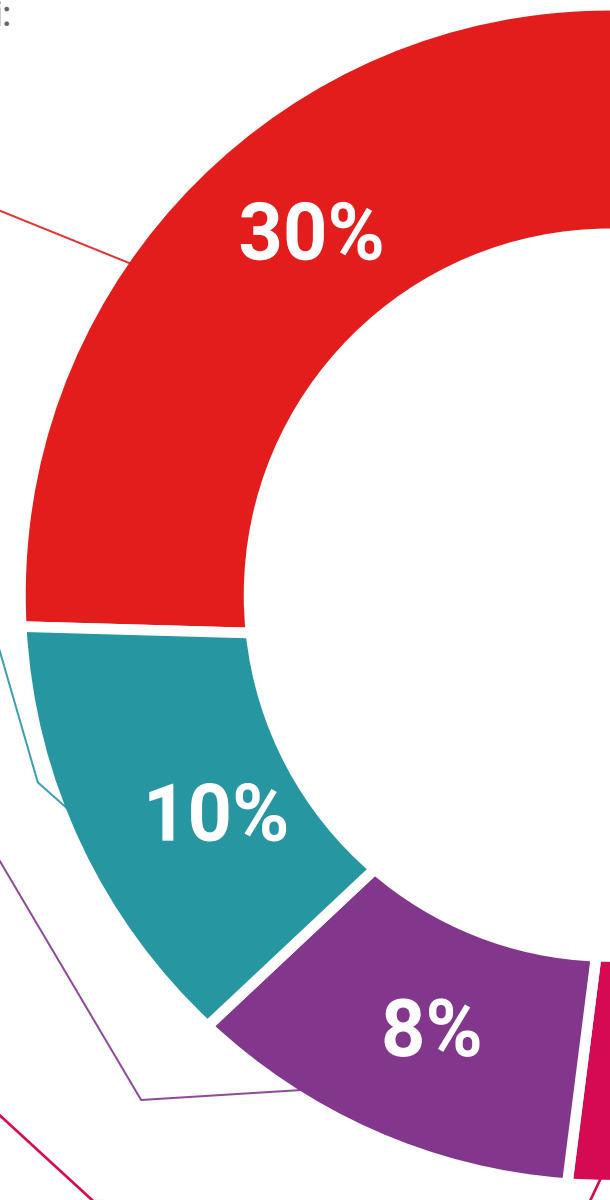
Prácticas de habilidades y competencias

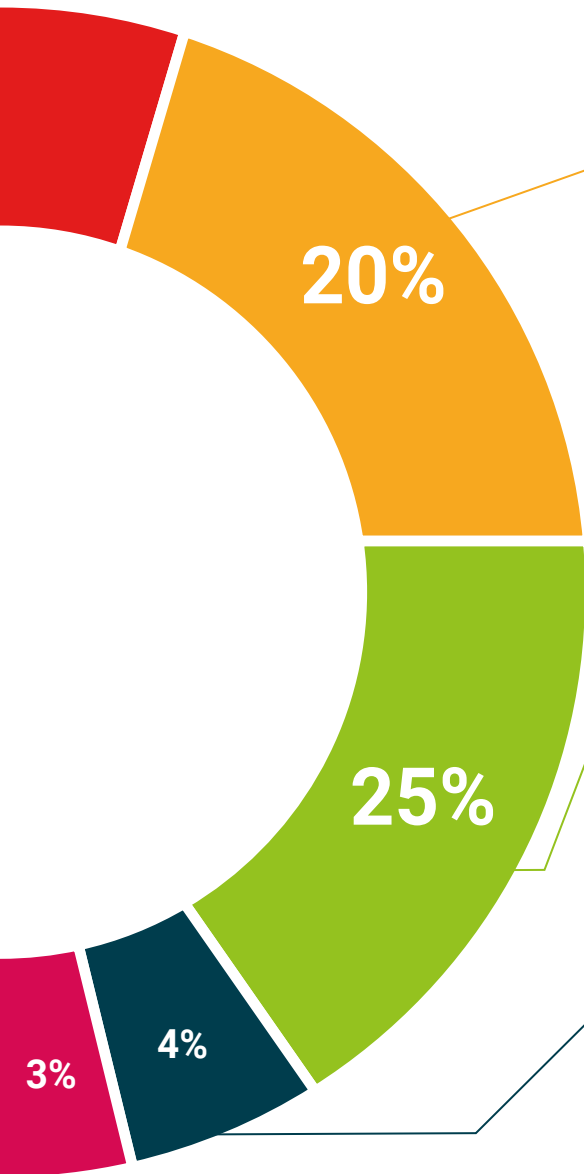
Realizarás actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



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

La Especialización Profesional en Audiencias y Recepción del Producto Audiovisual garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Especialización Profesional expedido por TECH.

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

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

Título: **Especialización Profesional en Audiencias y Recepción del Producto Audiovisual**

Modalidad: **Online**

Horas: **600**





Especialización Profesional Audiencias y Recepción del Producto Audiovisual

Modalidad: Online

Titulación: TECH Formación Profesional

Duración: 6 meses

Horas: 600

Especialización Profesional

Audiencias y Recepción del Producto Audiovisual