

Advanced Master

Direção Sênior no Setor Audiovisual





Advanced Master Direção Sênior no Setor Audiovisual

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 meses
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

Acesso ao site: <http://www.techtitude.com/br/design/advanced-master/advanced-master-direcao-senior-setor-audiovisual>

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Competências

pág. 16

04

Direção do curso

pág. 20

05

Estrutura e conteúdo

pág. 26

06

Metodologia

pág. 40

07

Certificado

pág. 48

01

Apresentação

O setor audiovisual é fundamental em diferentes áreas, pois a união de imagem e som é o complemento perfeito para muitas criações. No campo do design, sua relevância é cada vez maior, seja na publicidade ou no desenvolvimento de videogames, por exemplo, onde o formato audiovisual é indispensável. Sem dúvida, os profissionais de design que desejam se dedicar profissionalmente à gestão de negócios de empresas audiovisuais precisam encontrar programas adequados às suas necessidades, nos quais os conhecimentos de ambas as áreas se complementem. Pensando nessa necessidade, a TECH elaborou um programa de alto nível acadêmico, que será fundamental para o seu desenvolvimento profissional e para o sucesso da sua empresa.



“

Os profissionais de design com uma capacitação superior em Direção Sênior no Setor Audiovisual terão uma oportunidade única de conquistar um nicho para si mesmos em um setor altamente competitivo”

A Indústria Audiovisual experimentou um extraordinário crescimento nas últimas décadas. Novas ferramentas digitais e novos formatos chegaram para revolucionar o setor e, embora possa parecer que tudo já foi feito, a inovação continua sendo a base de uma área que surpreende o público a cada dia com novas produções. Sua importância é tão significativa, que essas produções audiovisuais podem atingir praticamente todos os cidadãos e, graças à globalização e ao avanço das redes, esses produtos não têm mais limites físicos para serem consumidos em qualquer lugar do mundo. Como resultado, a contribuição desse setor para a economia mundial está crescendo.

A alta administração desse tipo de empresa no setor de design requer conhecimentos específicos, por isso cada vez mais profissionais decidem se inscrever em programas e universidades de alto nível para melhorar sua formação e abrir um nicho em um setor altamente competitivo que exige profissionais com experiência, mas, acima de tudo, com conhecimento superior do setor. Pensando nessa necessidade, a TECH elaborou um Advanced Master de alto nível acadêmico, que será fundamental para o seu desenvolvimento profissional e para o sucesso da sua empresa. Com esta abordagem, o conteúdo do programa abrange os principais conceitos da indústria audiovisual e cultural, estudando o jornalismo cultural e sua forma de trabalho. A parte técnica também desempenha um papel importante neste curso que se concentra na realização dos projetos, fazendo com que o aluno passe por todas as fases, desde a ideia até a realização. Uma oportunidade única de conhecer a estrutura do sistema audiovisual e a produção deste tipo de conteúdo, ao mesmo tempo em que se estudam os novos gêneros e formatos que são usados na televisão.

O programa também combina perfeitamente o conteúdo teórico e prático, dando a cada um a importância que merece e favorecendo o aprendizado de forma contextualizada, de modo que os alunos, enquanto estudam, são confrontados com casos que podem encontrar em situações reais. Uma das principais vantagens deste Advanced Master é que o programa de estudos é apresentado em um formato 100% online, sem a necessidade de deslocamentos ou horários específicos, sendo o próprio aluno quem irá gerenciar seus estudos, organizando os horários e o ritmo de aprendizagem, algo extremamente útil para poder combiná-lo com as demais obrigações diárias.

Este **Advanced Master em Direção Sênior no Setor Audiovisual** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado. Suas principais características são:

- ◆ O desenvolvimento de casos práticos apresentados por especialistas em design
- ◆ O conteúdo gráfico, esquemático e extremamente útil, fornece informações científicas e práticas sobre as disciplinas essenciais para o exercício da profissão
- ◆ Contém exercícios práticos em que o processo de auto-avaliação é realizado para melhorar o aprendizado
- ◆ Destaque especial para as metodologias inovadoras em gestão de empresas criativas
- ◆ Lições teóricas, perguntas aos especialistas, fóruns de discussão sobre temas controversos e trabalhos individuais de reflexão
- ◆ Disponibilidade de acesso a todo o conteúdo desde qualquer dispositivo fixo ou portátil com conexão à Internet



A Indústria Audiovisual agrega muito valor ao tecido empresarial, de modo que a gestão adequada das empresas do setor pode fazer a diferença entre o sucesso e o fracasso.

“

A TECH é uma universidade do século XXI e, por esse motivo, está comprometida com a combinação perfeita de teoria e prática para aprimorar sua capacitação de seus alunos”

O corpo docente deste programa inclui profissionais da área de desenvolvimento, que trazem a experiência de seu trabalho para este programa, assim como especialistas reconhecidos de empresas líderes e universidades de prestígio.

O conteúdo multimídia desenvolvido com a mais recente tecnologia educacional, oferece ao profissional uma aprendizagem situada e contextual, ou seja, um ambiente simulado que proporcionará um estudo imersivo e programado para capacitar em situações reais.

Este programa se fundamenta na Aprendizagem Baseada em Problemas, através da qual o aluno deverá resolver as diferentes situações de prática profissional que surgirem ao longo do programa. Para isso, o profissional contará com a ajuda de um inovador sistema de vídeo interativo, realizado por especialistas reconhecidos nesta área.

A metodologia de ensino desse programa é a mais inovadora no cenário acadêmico atual.

Um programa apresentado em formato 100% online que será fundamental para conciliar seu tempo de estudo com o restante de suas atividades diárias.



02 Objetivos

Este Advanced Master da TECH foi projetado para atender aos objetivos acadêmicos dos profissionais de design na área de Direção Sênior no Setor Audiovisual. Assim, ao final do curso, o aluno terá adquirido as habilidades necessárias para dirigir com excelência conteúdos no setor da indústria audiovisual.



“

Atingir suas metas acadêmicas e de carreira representam um desafio a todos os profissionais. Não perca a oportunidade de melhorar sua formação com esse programa”



Objetivos gerais

- ◆ Desenvolver habilidades de liderança apropriadas para a gestão empresarial
- ◆ Conhecer e saber como administrar as áreas econômico-financeiras da empresa
- ◆ Ampliar os conhecimentos e informações do estudante com um maior nível de profundidade no campo do jornalismo, embora, mais especificamente dentro do campo da gestão da Indústria Audiovisual
- ◆ Aprender a desempenhar funções nesta área em um ambiente especializado e profissional

“

Conheça as particularidades do setor audiovisual e aprenda a administrar os diferentes formatos existentes”





Objetivos específicos

Módulo 1. Liderança. Ética e RSE

- ◆ Solucionar conflitos empresariais e problemas entre os trabalhadores
- ◆ Realizar uma correta Gestão de Equipe para melhorar a produtividade e, portanto, os benefícios da empresa

Módulo 2. Direção Estratégica e Gestão Executiva

- ◆ Aprofundar nos novos modelos de negócio dos sistemas de informação
- ◆ Aplicar as estratégias mais apropriadas para apostar no comércio eletrônico dos produtos da empresa

Módulo 3. Gestão de Pessoas e Talentos

- ◆ Identificar o Grupo funcionários da empresa
- ◆ Implementação de planos de organização da equipe
- ◆ Identifique os líderes de grupos em cada área

Módulo 4. Gestão Econômico-Financeira

- ◆ Realizar o controle econômico e financeiro da empresa
- ◆ Faça um plano financeiro para identificar as medidas a serem tomadas para projetos de grande escala
- ◆ Orçamento para a realização de planos e projetos

Módulo 5. Gestão Operacional e Logística

- ◆ Controlar os processos logísticos, as compras e o abastecimento da empresa
- ◆ Elaboração de planos organizacionais para o crescimento corporativo
- ◆ Identificar os principais áreas da empresa

Módulo 6. Gestão de Sistemas de Informação

- ◆ Identificar os sistemas de informação que têm impacto sobre as empresas
- ◆ Desenvolvimento de planos de crescimento corporativo a partir de sistemas de informação
- ◆ Projetando protocolos de alto valor informativo

Módulo 7. Gestão Comercial, Marketing e Comunicação Corporativa

- ◆ Elaborar e liderar planos de marketing

Módulo 8. Inovação e gestão de projetos

- ◆ Apostar pela inovação em todos os processos e áreas da empresa
- ◆ Liderar os diferentes projetos da empresa
- ◆ Apostar pelo desenvolvimento sustentável da empresa, evitando impactos ambientais

Módulo 9. Jornalismo Cultural

- ◆ Ter as competências transversais e específicas necessárias para lidar satisfatoriamente com a realidade do Jornalismo Cultural em diferentes áreas
- ◆ Conhecer a fundo a comunicação digital e o jornalismo cultural
- ◆ Saber identificar, criar e desenvolver histórias com os diferentes pontos que as abrangem, marcadas pelo rigor e pela marca pessoal
- ◆ Conhecer e desenvolver as diretrizes essenciais para a documentação no jornalismo cultural
- ◆ Conhecer, compreender e identificar novas questões no jornalismo, cultura e website 3.0
- ◆ Conhecer o uso de redes sociais no jornalismo cultural e em gêneros jornalísticos
- ◆ Saber como utilizar a informação através das redes sociais e desenvolver um plano de comunicação
- ◆ Desenvolver conteúdo específico dentro do jornalismo cultural em termos de posicionamento

Módulo 10. Teorias e Técnica de Produção

- ◆ Conhecer o ambiente de trabalho da equipe de produção: meios tecnológicos, rotinas técnicas e recursos humanos. O papel do cineasta em contextos profissionais: competências e responsabilidades
- ◆ Conhecer a jornada criativa da ideia, desde o roteiro até o produto na tela
- ◆ Aprender o básico dos elementos da encenação
- ◆ Ser capaz de analisar e prever os meios necessários com base em uma sequência
- ◆ Adquirir a capacidade de planejar sequências narrativas e documentais de acordo com os recursos disponíveis
- ◆ Conhecer as técnicas básicas de realização
- ◆ Identificar e fazer uso apropriado de ferramentas tecnológicas nas diferentes fases do processo audiovisual
- ◆ Aprender a colocar em prática os elementos e processos fundamentais da narração de histórias audiovisuais
- ◆ Conhecer as características, usos e necessidades de projetos audiovisuais multicâmaras
- ◆ Ser capaz de transferir programas de televisão do set para a tela
- ◆ Compreender as necessidades e vantagens do trabalho em equipe em projetos audiovisuais multicâmaras

Módulo 11. Estrutura do Sistema Audiovisual

- ◆ Conhecer as bases do funcionamento do sistema audiovisual (estabelecer conteúdos fundamentais, conhecer os autores/textos trabalhados em cada assunto)
- ◆ Adquirir a capacidade de análise teórica e crítica das estruturas organizacionais da comunicação audiovisual (compreender as principais ideias, relacionar conceitos e elementos)
- ◆ Aprofundar na estrutura histórica, econômico-política, social e tecnológica na qual os produtos audiovisuais são produzidos, distribuídos e consumidos
- ◆ Aprender sobre a natureza e as inter-relações entre os temas de comunicação audiovisual: autores, instituições, empresas, mídia, suportes e receptores
- ◆ Identificar os problemas e debates atuais relativos ao sistema audiovisual.

Módulo 12. Produção Audiovisual

- ◆ Conhecer as origens históricas da produção audiovisual e sua evolução na sociedade contemporânea
- ◆ Identificar os conceitos teóricos que definem os processos de produção de obras audiovisuais
- ◆ Conhecer o marco legal e a legislação que ampara o setor de produção audiovisual e seu impacto sobre os diferentes formatos de produção
- ◆ Ser capaz de identificar o projeto de produção de uma obra audiovisual com base na análise de suas fontes de financiamento
- ◆ Identificar os diferentes elementos do orçamento de uma obra audiovisual
- ◆ Indicar as decisões de produção a partir da cópia final de uma produção audiovisual
- ◆ Definir formas de exploração e comercialização de produções audiovisuais
- ◆ Identificar e classificar as equipes humanas e os meios técnicos apropriados e necessários para cada fase do projeto: pré-produção, filmagem, pós-produção
- ◆ Controlar o processo de amortização das produções audiovisuais

Módulo 13. Produção de Ficção e Direção de Atores

- ◆ Proporcionar aos alunos os fundamentos teóricos e técnicos, assim como as habilidades instrumentais para lidar, de um ponto de vista narrativo e estético, com a produção de ficção audiovisual em diferentes mídias e tecnologias
- ◆ Estudar os processos de criação, produção e pós-produção de obras audiovisuais (cinema, televisão), assim como os elementos básicos da narração (imagem e som)
- ◆ Administrar adequadamente os modelos teóricos de construção narrativa, os mecanismos envolvidos na criação de histórias e sua articulação através da encenação, edição e pós-produção
- ◆ Conhecer de a encenação integral das produções audiovisuais de cinema e televisão, assumindo a responsabilidade pela direção dos atores e ajustando-se ao roteiro, plano de trabalho ou orçamento prévio
- ◆ Capacidade e habilidade para as tarefas de direção/filmagem de filmes de acordo com um plano de roteiro, roteiro e plano de filmagem

- ◆ Relacionar o filme com outras artes pictóricas, como fotografia e pintura
- ◆ Analisar as diferenças entre a direção para teatro e para cinema, a fim de compreender as particularidades das linguagens
- ◆ Conhecer os métodos interpretativos e sua origem a fim de tornar a comunicação ator-diretor mais eficaz

Módulo 14. Indústrias culturais e novos modelos de negócios na comunicação

- ◆ Estudar as transformações ocorridas nas indústrias culturais, no fornecimento e consumo nas redes digitais, em seus aspectos econômicos, políticos e socioculturais
- ◆ Aprofundar nos desafios que o ambiente digital tem colocado aos modelos de negócios das empresas jornalísticas e outras indústrias culturais tradicionais
- ◆ Analisar e desenvolver estratégias inovadoras que contribuam para a melhoria nos processos de gestão e tomadas de decisão, bem como para o desenvolvimento de produtos de informação em conformidade com as necessidades do público e dos anunciantes
- ◆ Compreender as mudanças nos processos de organização e gestão de recursos estratégicos, humanos, materiais e técnicos dos novos negócios no ambiente digital

Módulo 15. Gestão e promoção de produtos audiovisuais

- ◆ Conhecer os conceitos fundamentais que regem a distribuição, a comercialização e a difusão de um produto audiovisual na sociedade contemporânea
- ◆ Identificar as diferentes janelas de exibição audiovisual e supervisão das amortizações
- ◆ Compreender as estratégias de produção executiva no desenvolvimento e posterior distribuição de projetos audiovisuais
- ◆ Identificar o projeto de marketing de uma produção audiovisual através de seu impacto sobre os diferentes meios audiovisuais contemporâneos
- ◆ Conhecer a história e os problemas contemporâneos dos festivais de cinema
- ◆ Identificar as diferentes categorias e modalidades de festivais de cinema
- ◆ Analisar e interpretar as lógicas econômicas, culturais e estéticas dos festivais de cinema locais, nacionais e globais

Módulo 16. Gêneros, formatos e programação em televisão

- ◆ Conhecer o conceito de gênero aplicado a produção de ficção e entretenimento televisivo
- ◆ Diferenciar e interpretar os diversos gêneros da produção de ficção e entretenimento televisivo e sua evolução ao longo do tempo
- ◆ Analisar os aspectos culturais, sociais e econômicos dos gêneros televisivos como elemento importante das práticas de criação e consumo audiovisual
- ◆ Conhecer as modificações e variações que ocorrem nos gêneros televisivos no contexto da televisão contemporânea
- ◆ Reconhecer os diferentes formatos no contexto do cenário atual da televisão
- ◆ Identificar as principais características de um formato, sua estrutura, funcionamento e fatores de impacto
- ◆ Saber interpretar, analisar e comentar sobre um formato de televisão a partir de uma perspectiva profissional, estética e cultural
- ◆ Conhecer as bases teóricas e o contexto profissional, social e cultural da programação televisiva, com especial atenção à programação no modelo televisivo espanhol
- ◆ Conhecer as principais técnicas e processos da programação televisiva generalista
- ◆ Ter a capacidade de compreender e analisar criticamente os processos de oferta de televisão, sua evolução e realidade atual em relação ao fenômeno da recepção
- ◆ e aos contextos sociais e culturais nos quais ela é produzida

Módulo 17. O público audiovisual

- ◆ Conhecer, em um aspecto teórico, as correntes de estudos dedicadas à captação audiovisual
- ◆ Identificar as diferenças entre as diversas formas de abordar o estudo da receptividade audiovisual e o atual estado da arte
- ◆ Compreender o funcionamento das redes sociais como parte fundamental do ambiente audiovisual atual
- ◆ Compreender os vínculos entre o público e o conteúdo
- ◆ Ter a capacidade de compreender as mudanças provocadas pela digitalização



Módulo 18. Roteiro de televisão: programa e ficção

- ◆ Compreender o processo criativo e industrial no desenvolvimento de um roteiro de ficção para televisão
- ◆ Identificar os diferentes gêneros de programas televisivos com o objetivo de determinar as técnicas de roteiro requeridas
- ◆ Conhecer as diferentes ferramentas que um roteirista de televisão possui
- ◆ Aprender como se relaciona um formato de programa de televisão com as suas técnicas de redação
- ◆ Compreender as bases da dinâmica de um formato de programa de televisão
- ◆ Obter uma visão global das franquias internacional de formatos de programas de TV
- ◆ Utilizar um ponto de vista criterioso ao analisar os diversos gêneros e formatos de programas de televisão com base no seu roteiro
- ◆ Conhecer as formas de apresentar um projeto de roteiro para uma série de TV.

03

Competências

O design é um setor muito amplo que se desenvolve ao longo de diferentes especialidades. Nesse caso, a TECH desenvolveu esse Advanced Master para oferecer aos profissionais uma capacitação superior exigida no setor audiovisual, para que eles possam adquirir as habilidades necessárias para administrar com sucesso no campo da gestão e direção audiovisual. Um programa exclusivo que deixará uma marca antes e depois de sua capacitação, alcançando êxito no setor audiovisual.



“

Adquirir as habilidades necessárias para gerenciar empresas audiovisuais permitirá que o aluno tenha sucesso no setor”



Competências gerais

- ◆ Controlar os diferentes departamentos da empresa para alcançar os objetivos comuns da empresa
- ◆ Gerenciar adequadamente os recursos humanos da empresa
- ◆ Desenvolver a gestão global de um projeto de comunicação audiovisual em cada uma de suas vertentes, com controle completo dos diferentes agentes e processos envolvidos no mesmo
- ◆ Aplicar as estratégias mais apropriadas para promover o crescimento da Empresa Audiovisual



Um programa que permitirá ao aluno dar um salto significativo em sua carreira”





Competências específicas

- ♦ Realizar uma gestão global da empresa, aplicando técnicas de liderança que influenciem no desempenho dos trabalhadores, de tal forma que os objetivos da empresa sejam alcançados
- ♦ Participar e liderar a estratégia corporativa e competitiva da empresa
- ♦ Solucionar conflitos empresariais e problemas entre os trabalhadores
- ♦ Realizar uma correta Gestão de Equipe para melhorar a produtividade e, portanto, os benefícios da empresa
- ♦ Realizar o controle econômico e financeiro da empresa
- ♦ Controlar os processos logísticos, as compras e o abastecimento da empresa
- ♦ Aprofundar nos novos modelos de negócio dos sistemas de informação
- ♦ Aplicar as estratégias mais apropriadas para apostar no comércio eletrônico dos produtos da empresa
- ♦ Elaborar e liderar planos de marketing
- ♦ Apostar pela inovação em todos os processos e áreas da empresa
- ♦ Usar as redes sociais em um ambiente jornalístico
- ♦ Conhecer a composição das equipes de produção audiovisual
- ♦ Organizar uma Realização apropriada aos Objetivos do Projeto Audiovisual
- ♦ Planificar ações narrativas ajustadas aos meios disponíveis
- ♦ Dominando as diferentes fases do projeto audiovisual
- ♦ Conhecer e aplicar as estruturas organizacionais da comunicação audiovisual
- ♦ Sabendo como se adaptar aos padrões de consumo do momento
- ♦ Conhecer o código relacional dos diferentes agentes da comunicação audiovisual
- ♦ Descrever a evolução histórica da produção audiovisual
- ♦ Criar produtos ajustados ao financiamento disponível
- ♦ Planificar a amortização de produtos audiovisuais
- ♦ Produzir um produto audiovisual para diferentes meios

04

Direção do curso

Tendo em vista que a Indústria Audiovisual exige profissionais altamente capacitados, a TECH convocou os melhores professores e líderes em Direção Sênior para desenvolver todos os conteúdos deste Advanced Master. Assim, o designer obterá o conhecimento de gestão de recursos e pessoas através de verdadeiros líderes do setor audiovisual, que estão familiarizados com os ambientes de gerenciamento de maior pressão e responsabilidade.



“

O aluno poderá sanar todas as suas dúvidas diretamente com a equipe de professores do programa, o que proporcionará uma experiência acadêmica totalmente personalizada de acordo com seus interesses”

Diretora Internacional Convidada

Premiada pela Women We Admire devido à sua liderança no setor informativo, Amirah Cissé é uma renomada especialista em Comunicação Audiovisual. De fato, ela dedicou a maior parte de sua trajetória profissional a dirigir projetos internacionais para marcas reconhecidas, com base nas estratégias de Marketing mais inovadoras.

Nesse sentido, suas competências estratégicas e a capacidade de integrar tecnologias emergentes nas narrativas dos conteúdos multimídia de forma vanguardista permitiram que ela fizesse parte de instituições de renome global, como Google, NBCUniversal e Frederator Networks em Nova York. Assim, seu trabalho se concentrou na criação de campanhas de comunicação para diversas empresas, gerando conteúdos audiovisuais altamente criativos que se conectam emocionalmente com as audiências. Graças a isso, várias empresas conseguiram fidelizar consumidores por um longo período de tempo, enquanto as companhias também fortaleceram sua presença no mercado e garantiram sua sustentabilidade a longo prazo.

Vale destacar que sua vasta experiência profissional abrange desde a produção de programas de TV e a criação de técnicas de marketing sofisticadas até a gestão de conteúdos visuais nas principais redes sociais. Ao mesmo tempo, é considerada uma verdadeira estrategista, identificando oportunidades culturalmente relevantes para os clientes. Dessa forma, ela desenvolveu táticas alinhadas tanto com as expectativas quanto com as necessidades do público, o que possibilitou às entidades implementarem soluções rentáveis.

Firmemente comprometida com o avanço da indústria Audiovisual e com a excelência em sua prática diária, ela conciliou essas funções com seu papel como Pesquisadora. Assim, elaborou vários artigos científicos especializados em áreas emergentes, entre elas, as dinâmicas comportamentais dos usuários na internet, o impacto dos eSports no campo do entretenimento e até as últimas tendências para potencializar a criatividade.



Sra. Cissé Amirah

- Diretora de Estratégia Global de Clientes da NBCUniversal em Nova York, Estados Unidos
- Especialista em Estratégia da Horizon Media, Nova York
- Gerente de Engajamento no Google, Califórnia
- Estrategista Cultural da Spaks & Honey, Nova York
- Gerente de Contas na Reelio, Nova York
- Coordenadora de Contas no Jun Group em Nova York
- Especialista em Estratégia de Conteúdos na Frederator Networks, Nova York
- Pesquisadora na Sociedade Genealógica e Biográfica de Nova York
- Estágio acadêmico em Sociologia e Antropologia na Universidade Kanda Gaigo
- Graduação em Belas Artes com especialização em Sociologia pelo Williams College
- Certificação em: Formação de Liderança e Coaching Executivo, Pesquisa de Marketing



Graças à TECH, você poderá aprender com os melhores profissionais do mundo"

Direção



Sr. Carlos Atxoña Ledesma Carrillo

- ◆ Especialista em Negócios Internacionais e Consultoria Jurídica para Empresas
- ◆ Responsável pela Área Internacional na Transporte Interurbanos de Tenerife S.A
- ◆ Assessor Jurídico Transportes Interurbanos de Tenerife S.A.
- ◆ *Legal manager* em *Avalon Biz Consulting*
- ◆ Docente em cursos voltados para Proteção de Dados
- ◆ Doutorado em Desenvolvimento Regional pela Universidade de La Laguna
- ◆ Formado em direito pela Universidade de La Laguna
- ◆ Formado em Gestão de Projetos pela Universidade Rey Juan Carlos
- ◆ MBA Mestrado em Administração e Direção de Empresas pela Universidade Europeia de Canárias

Professores

Sr. Alexis José González Peña

- ◆ Especialista em finanças e auditoria
- ◆ Diretor da Área Financeira da CajaSiete Caja Rural
- ◆ Auditor Interno Sênior no Bankia
- ◆ Auditor interno sênior na Caja Insular de Ahorros de Canarias
- ◆ Auditor Sênior *experience* na Deloitte
- ◆ Formado em Direção e Administração de Empresas pela Universidade de Las Palmas de Gran Canaria
- ◆ Mestrado em Tributação e Assessoria Fiscal pelo Centro de Estudos Financeiros
- ◆ Mestrado Próprio em Gestão Financeira e Finanças Avançadas pelo Instituto Superior de Técnicas e Práticas Bancárias
- ◆ Especialista em Planejamento Financeiro e Controle de Gestão Bancária pela Analistas Financeiros Internacionais
- ◆ Especialistas em Desenvolvimento Executivo em Gestão de Carteiras pela Analistas Financeiros Internacionais (AFI)



05

Estrutura e conteúdo

A Advanced Master em Direção Sênior no Setor Audiovisual foi desenvolvida em consideração as necessidades de especialização dos profissionais de design, que encontrarão neste programa uma oportunidade única em aprender sobre os conceitos mais recentes nesse campo, o que lhes permitirá dar um passo à frente em suas carreiras. Além disso, a distribuição do programa de estudos facilita o estudo, permitindo que os alunos administrem seu próprio tempo e autodirijam seu aprendizado.



“

O programa acadêmico mais abrangente sobre gestão de negócios audiovisuais do mercado atual”

Módulo 1. Liderança, Ética e RSC

- 1.1. Globalização e Governança
 - 1.1.1. Globalização e tendências: Internacionalização de mercados
 - 1.1.2. Contexto econômico e Governança Corporativa
 - 1.1.3. *Accountability* ou Prestação de Contas
- 1.2. Liderança
 - 1.2.1. Contexto intercultural
 - 1.2.2. Liderança e Gestão de Empresas
 - 1.2.3. Funções e responsabilidades de gestão
- 1.3. Ética empresarial
 - 1.3.1. Ética e integridade
 - 1.3.2. Conduta ética nas empresas
 - 1.3.3. Deontologia, códigos éticos e de conduta
 - 1.3.4. Prevenção de fraude e corrupção
- 1.4. Sustentabilidade
 - 1.4.1. Empresa e Desenvolvimento Sustentável
 - 1.4.2. Impacto social, ambiental e econômico
 - 1.4.3. Agenda 2030 e ODS
- 1.5. Responsabilidade social da empresa
 - 1.5.1. Responsabilidade social das empresas
 - 1.5.2. Funções e responsabilidades
 - 1.5.3. Implementação da Responsabilidade Social Corporativa

Módulo 2. Direção Estratégica e Gestão Executiva

- 2.1. Análise e projeto organizacional
 - 2.1.1. Cultura organizacional
 - 2.1.2. Análise organizacional
 - 2.1.3. Projeto da estrutura organizacional
- 2.2. Estratégia Corporativa
 - 2.2.1. Estratégia corporativa
 - 2.2.2. Tipos de estratégias corporativas
 - 2.2.3. Determinação da estratégia corporativa
 - 2.2.4. Estratégia corporativa e imagem da reputação

- 2.3. Planejamento e Formulação Estratégica
 - 2.3.1. Pensamento estratégico
 - 2.3.2. Formulação e Planejamento Estratégico
 - 2.3.3. Sustentabilidade e Estratégia Corporativa
- 2.4. Modelos e Padrões Estratégicos
 - 2.4.1. Riqueza, valor e retorno dos investimentos
 - 2.4.2. Estratégia Corporativa: metodologias
 - 2.4.3. Crescimento e consolidação da estratégia corporativa
- 2.5. Gestão estratégica
 - 2.5.1. Missão, visão e valores estratégicos
 - 2.5.2. *Balanced Scorecard*
 - 2.5.3. Análise, monitoramento e avaliação da estratégia corporativa
 - 2.5.4. Gestão estratégica e *reporting*
- 2.6. Implementação e execução estratégica
 - 2.6.1. Implantação estratégica: objetivos, ações e impactos
 - 2.6.2. Supervisão e alinhamento estratégico
 - 2.6.3. Abordagem de melhoria contínua
- 2.7. Gestão Executiva
 - 2.7.1. Integração de estratégias funcionais em estratégias gerais de negócios
 - 2.7.2. Gestão executiva e desenvolvimento de processos
 - 2.7.3. *Knowledge Management*
- 2.8. Análise e resolução de casos/problemas
 - 2.8.1. Metodologia de Resolução de Problemas
 - 2.8.2. Método do Caso
 - 2.8.3. Posicionamento e tomada de decisões



Módulo 3. Gestão de Pessoas e Talentos

- 3.1. Comportamento organizacional
 - 3.1.1. Teoria das organizações
 - 3.1.2. Fatores chave para a mudança organizacional
 - 3.1.3. Estratégias corporativas, tipos e gestão do conhecimento
- 3.2. Gestão estratégica de pessoas
 - 3.2.1. Planejamento dos postos de trabalho, recrutamento e seleção
 - 3.2.2. Plano Estratégico de Recursos Humanos: desenho e implementação
 - 3.2.3. Análise dos postos de trabalho, planejamento e seleção de pessoas
 - 3.2.4. Formação e desenvolvimento profissional
- 3.3. Desenvolvimento de gestão e liderança
 - 3.3.1. Habilidades gerenciais: Competências e habilidades do século XXI
 - 3.3.2. Habilidades não gerenciais
 - 3.3.3. Mapa de competências e habilidades
 - 3.3.4. Liderança e gestão de pessoas
- 3.4. Gestão de mudanças
 - 3.4.1. Análise de desempenho
 - 3.4.2. Planejamento estratégico
 - 3.4.3. Gestão de mudanças: principais fatores, planejamento e gestão de processos
 - 3.4.4. Abordagem de melhoria contínua
- 3.5. Negociação e gestão de conflitos
 - 3.5.1. Objetivos da negociação: elementos diferenciadores
 - 3.5.2. Técnicas efetivas de negociação
 - 3.5.3. Conflitos: tipos e fatores
 - 3.5.4. Gestão eficiente de conflitos: negociação e comunicação
- 3.6. Comunicação gerencial
 - 3.6.1. Análise de desempenho
 - 3.6.2. Liderar a mudança. Resistência à mudança
 - 3.6.3. Gestão de processos de mudança
 - 3.6.4. Gestão de equipes multiculturais

- 3.7. Gestão de equipes e desempenho de pessoas
 - 3.7.1. Ambiente multicultural e multidisciplinar
 - 3.7.2. Gestão de equipe e desempenho de pessoas
 - 3.7.3. Coaching e desempenho de pessoas
 - 3.7.4. Reuniões de gestão: planejamento e gestão do tempo
- 3.8. Gestão do conhecimento e do talento
 - 3.8.1. Identificação do conhecimento e do talento nas organizações
 - 3.8.2. Modelos corporativos de gestão do conhecimento e do talento
 - 3.8.3. Criatividade e inovação

Módulo 4. Gestão Econômico-Financeira

- 4.1. Ambiente Econômico
 - 4.1.1. Teoria das organizações
 - 4.1.2. Fatores chave para a mudança organizacional
 - 4.1.3. Estratégias corporativas, tipos e gestão do conhecimento
- 4.2. Contabilidade Gerencial
 - 4.2.1. Normas internacionais de Contabilidade
 - 4.2.2. Introdução ao ciclo contábil
 - 4.2.3. Demonstrações contábeis das empresas
 - 4.2.4. Análise das Demonstrações Contábeis: tomada de decisões
- 4.3. Orçamento e Controle de Gestão
 - 4.3.1. Planejamento Orçamentário
 - 4.3.2. Controle de gestão: planejamento e objetivos
 - 4.3.3. Supervisão e *reporting*
- 4.4. Responsabilidade fiscal das empresas
 - 4.4.1. Responsabilidade fiscal corporativa
 - 4.4.2. Procedimento tributário: uma abordagem do caso por país
- 4.5. Sistemas de controles das empresas
 - 4.5.1. Tipos de Controle
 - 4.5.2. Conformidade/*Compliance*
 - 4.5.3. Auditoria Interna
 - 4.5.4. Auditoria Externa

- 4.6. Gestão Financeira
 - 4.6.1. Introdução à Gestão Financeira
 - 4.6.2. Gestão Financeira e estratégia corporativa
 - 4.6.3. Diretor financeiro ou *Diretor financeiro* (CFO): competências gerenciais
- 4.7. Planejamento Financeiro
 - 4.7.1. Modelos de negócio e necessidade de financiamento
 - 4.7.2. Ferramentas de análise financeira
 - 4.7.3. Planejamento Financeiro a curto prazo
 - 4.7.4. Planejamento Financeiro a longo prazo
- 4.8. Estratégia Financeira Corporativa
 - 4.8.1. Investimentos Financeiros Corporativos
 - 4.8.2. Crescimento estratégico: tipos
- 4.9. Contexto Macroeconômico
 - 4.9.1. Análise Macroeconômica
 - 4.9.2. Indicadores econômicos
 - 4.9.3. Ciclo econômico
- 4.10. Financiamento Estratégico
 - 4.10.1. Negócios Bancários: ambiente atual
 - 4.10.2. Análise e gestão de risco
- 4.11. Mercados financeiros e de capitais
 - 4.11.1. Mercado de Renda Fixa
 - 4.11.2. Mercado de Renda Variável
 - 4.11.3. Avaliação de empresas
- 4.12. Análise e resolução de casos/problemas
 - 4.12.1. Metodologia de Resolução de Problemas
 - 4.12.2. Método do Caso

Módulo 5. Gestão de Operações e Logística

- 5.1. Gerenciamento das operações
 - 5.1.1. Definir as estratégias operacionais
 - 5.1.2. Planejamento e controle da cadeia de suprimentos
 - 5.1.3. Sistemas de indicadores
- 5.2. Gestão de compras
 - 5.2.1. Gestão de Estoque
 - 5.2.2. Gestão de Armazém
 - 5.2.3. Gestão de Compras e Suprimentos
- 5.3. *Gerenciamento da cadeia de suprimentos (1)*
 - 5.3.1. Custos e eficiência da cadeia de operações
 - 5.3.2. Mudança nos padrões da demanda
 - 5.3.3. Mudança na estratégia das operações
- 5.4. *Supply chain management / Gerenciamento da cadeia de suprimentos (2). Execução*
 - 5.4.1. *Lean Manufacturing/Lean Thinking*
 - 5.4.2. Gestão Logística
 - 5.4.3. Compras
- 5.5. Processos logísticos
 - 5.5.1. instituição e gestão por processos
 - 5.5.2. Suprimentos, produção, distribuição
 - 5.5.3. Qualidade, custos de qualidade e ferramentas
 - 5.5.4. Serviço de pós-venda
- 5.6. Logística e clientes
 - 5.6.1. Análise e previsão de demanda
 - 5.6.2. Previsão e planejamento de vendas
 - 5.6.3. *Collaborative planning forecasting & replacement*
- 5.7. Logística internacional
 - 5.7.1. Alfândega, processos de exportação e importação
 - 5.7.2. Formas e meios de pagamento internacional
 - 5.7.3. Plataformas logísticas internacionais
- 5.8. Operações como arma competitiva
 - 5.8.1. A inovação nas operações como uma vantagem competitiva na empresa
 - 5.8.2. Tecnologias e ciências emergentes
 - 5.8.3. Sistemas de informação nas operações

Módulo 6. Gestão de Sistemas de Informação

- 6.1. Gestão de Sistemas de Informação
 - 6.1.1. Sistemas de informação de negócio
 - 6.1.2. Decisões estratégicas
 - 6.1.3. Função do CIO
- 6.2. Tecnologia da informação e estratégia de negócio
 - 6.2.1. Análise de negócio e setores industriais
 - 6.2.2. Modelos de negócio baseados na Internet
 - 6.2.3. A importância da TI na empresa
- 6.3. Planejamento estratégico do SI
 - 6.3.1. O processo do planejamento estratégico
 - 6.3.2. Planejamento da estratégia SI
 - 6.3.3. Plano de implementação da estratégia
- 6.4. Sistemas de informação e *Business Intelligence*
 - 6.4.1. CRM e *Business Intelligence*
 - 6.4.2. Gestão de Projetos de *Business Intelligence*
 - 6.4.3. Arquitetura de *Business Intelligence*
- 6.5. Novos modelos de negócio baseados nas TIC
 - 6.5.1. Modelos de negócios baseados em tecnologia
 - 6.5.2. Capacidade de inovação
 - 6.5.3. Redesenho dos processos da cadeia de valor
- 6.6. Comércio eletrônico
 - 6.6.1. Plano Estratégico de Comércio Eletrônico
 - 6.6.2. Gestão logística e atenção ao cliente no comércio eletrônico
 - 6.6.3. *eCommerce* como uma oportunidade de internacionalização
- 6.7. Estratégias de E-Business
 - 6.7.1. Estratégias em *Mídia Social*
 - 6.7.2. Otimização de canais de serviço e suporte ao cliente
 - 6.7.3. Regulação digital
- 6.8. *Negócios digitais*
 - 6.8.1. *Mobile eCommerce*
 - 6.8.2. Design e usabilidade
 - 6.8.3. Operações do Comércio Eletrônico

Módulo 7. Gestão Comercial, Marketing e Comunicação Corporativa

- 7.1. Gestão Comercial
 - 7.1.1. Gestão de vendas
 - 7.1.2. Estratégia comercial
 - 7.1.3. Técnicas de venda e negociação
 - 7.1.4. Gestão da equipes de vendas
- 7.2. Marketing
 - 7.2.1. Marketing e impacto nos negócios
 - 7.2.2. Variáveis básicas do Marketing
 - 7.2.3. Plano de marketing
- 7.3. Gestão estratégica de Marketing
 - 7.3.1. Fontes de Inovação
 - 7.3.2. Tendências atuais de Marketing
 - 7.3.3. Ferramentas de Marketing
 - 7.3.4. Estratégias de Marketing e comunicação com os clientes
- 7.4. Estratégia de Marketing Digital
 - 7.4.1. Abordagem de Marketing Digital
 - 7.4.2. Ferramentas de Marketing Digital
 - 7.4.3. *Inbound Marketing* e evolução do Marketing Digital
- 7.5. Estratégia de vendas e de comunicação
 - 7.5.1. Posicionamento e promoção
 - 7.5.2. Relações Públicas
 - 7.5.3. Estratégia de vendas e de comunicação
- 7.6. Comunicação Corporativa
 - 7.6.1. Comunicação interna e externa
 - 7.6.2. Departamento de Comunicação
 - 7.6.3. Diretoria de Comunicação (DIRCOM) : competências e responsabilidades
- 7.7. Estratégia de Comunicação Corporativa
 - 7.7.1. Estratégia corporativa de comunicação
 - 7.7.2. Plano de Comunicação
 - 7.7.3. Redação de comunicados à imprensa/*Clipping*/*Publicity*

Módulo 8. Inovação e Gestão de Projetos

- 8.1. Inovação
 - 8.1.1. Marco Conceitual de inovação
 - 8.1.2. Tipos de inovação
 - 8.1.3. Inovação contínua e descontínua
 - 8.1.4. Formação e Inovação
- 8.2. Estratégia de Inovação
 - 8.2.1. Inovação e Estratégia Corporativa
 - 8.2.2. Projeto global de inovação: design e gestão
 - 8.2.3. Oficinas de inovação
- 8.3. Projeto e validação do modelo de negócios
 - 8.3.1. Metodologia *Lean Startup*
 - 8.3.2. Iniciativa de negócio inovador: etapas
 - 8.3.3. Modalidades de financiamento
 - 8.3.4. Ferramentas de modelo: mapa de empatia, modelo canvas e métricas
 - 8.3.5. Crescimento e fidelização
- 8.4. Direção e Gestão de Projetos
 - 8.4.1. Oportunidades de Inovação
 - 8.4.2. Estudo de viabilidade e elaboração de propostas
 - 8.4.3. Definição e desenho dos projetos
 - 8.4.4. Execução dos Projetos
 - 8.4.5. Fechamento de Projetos

Módulo 9. Jornalismo Cultural

- 9.1. Conceito e delimitações do jornalismo cultural
 - 9.1.1. Introdução: o conceito de cultura
 - 9.1.2. A informação cultural da arte
 - 9.1.3. A informação cultural das artes cênicas
 - 9.1.4. A informação cultural do cinema
 - 9.1.5. A informação cultural da música
 - 9.1.6. A informação cultural dos livros

- 9.2. As origens do jornalismo cultural
 - 9.2.1. Introdução
 - 9.2.2. As origens da informação cultural na imprensa
 - 9.2.3. As origens da informação cultural no rádio
 - 9.2.4. As origens da informação cultural na televisão
- 9.3. A prática do jornalismo cultural
 - 9.3.1. Introdução
 - 9.3.2. Considerações gerais
 - 9.3.3. Fatores de interesse e critérios de avaliação para a elaboração de informações culturais
- 9.4. As fontes do jornalismo cultural
 - 9.4.1. Introdução
 - 9.4.2. Fontes gerais da informação cultural
 - 9.4.3. Fontes específicas da informação audiovisual da cultura
- 9.5. Os gêneros na informação cultural
 - 9.5.1. Introdução
 - 9.5.2. Notícia
 - 9.5.3. Entrevista
 - 9.5.4. Crônica
 - 9.5.5. Reportagem
- 9.6. A diversificação atual da informação cultural na imprensa, rádio e TV
 - 9.6.1. Introdução
 - 9.6.2. Informações culturais na imprensa
 - 9.6.3. A informação cultural no rádio
 - 9.6.4. A informação cultural na televisão
- 9.7. Cultura e Internet
 - 9.7.1. Introdução
 - 9.7.2. A cultura e a Internet
 - 9.7.3. Benefícios da cultura
- 9.8. Marketing cultural
 - 9.8.1. Introdução
 - 9.8.2. Marketing cultural
 - 9.8.3. Como é feito o marketing cultural?

- 9.9. Análise da cultura
 - 9.9.1. Introdução
 - 9.9.2. Abordagem teórica e metodológica da cultura
 - 9.9.3. Cultura, comunicação e significado
 - 9.9.4. Cultura e imaginários
- 9.10. Cibercultura e Jornalismo Digital de Conteúdos Culturais
 - 9.10.1. Introdução
 - 9.10.2. Definição de cibercultura
 - 9.10.3. O jornalismo digital de conteúdos culturais
 - 9.10.4. Chaves do jornalismo digital de conteúdos culturais

Módulo 10. Teorias e técnica de produção

- 10.1. A Produção como a construção da obra audiovisual. A equipe de trabalho
 - 10.1.1. Do roteiro literário até o roteiro técnico ou o playbill
 - 10.1.2. A equipe de trabalho
- 10.2. Os elementos da montagem em televisão. Os materiais da construção
 - 10.2.1. A pré-adaptação espacial. Direção artística
 - 10.2.2. Os elementos da montagem em televisão
- 10.3. A pré-produção. Os documentos da produção
 - 10.3.1. O roteiro técnico
 - 10.3.2. A planta cenográfica
 - 10.3.3. *O storyboard*
 - 10.3.4. Planejar
 - 10.3.5. O plano de filmagem
- 10.4. O valor expressivo do som
 - 10.4.1. Tipologia dos elementos sonoros
 - 10.4.2. Construção do espaço sonoro
- 10.5. O valor expressivo da luz
 - 10.5.1. Valor expressivo da luz
 - 10.5.2. Técnicas de Iluminação básicas
- 10.6. Técnicas básicas de filmagem por uma única câmera
 - 10.6.1. Usos e técnicas de filmagem por uma única câmera
 - 10.6.2. O subgênero do *Found Footage*. Cinema de ficção e documentários
 - 10.6.3. Produção com uma única câmera na televisão

- 10.7. A montagem
 - 10.7.1. A montagem como encaixe. A reconstrução do espaço-tempo
 - 10.7.2. Técnicas de montagem não linear
- 10.8. Pós-produção e classificação por cores
 - 10.8.1. Pós-produção
 - 10.8.2. Conceito de montagem vertical
 - 10.8.3. Correção de cores
- 10.9. Os formatos e a equipe de execução
 - 10.9.1. Formatos com várias câmeras
 - 10.9.2. O estudo e a equipe
- 10.10. Chaves, técnicas e rotinas em filmagens multicâmeras
 - 10.10.1. Técnicas multicâmara
 - 10.10.2. Alguns formatos comuns

Módulo 11. Estrutura do sistema audiovisual

- 11.1. Uma introdução as Indústrias culturais (I. C.)
 - 11.1.1. Conceitos de cultura. Cultura-Comunicação
 - 11.1.2. Teoria e evolução das I.C.: tipologia e modelos
- 11.2. Indústria cinematográfica I
 - 11.2.1. Características e principais agentes
 - 11.2.2. Estrutura do sistema cinematográfico
- 11.3. Indústria cinematográfica II
 - 11.3.1. A indústria cinematográfica estadunidense
 - 11.3.2. As produtoras independentes
 - 11.3.3. Problemas e debates na indústria cinematográfica
- 11.4. Indústria cinematográfica III
 - 11.4.1. A regulação cinematográfica Estado e cultura Políticas de proteção e promoção da cinematografia
 - 11.4.2. Estudo de caso
- 11.5. Indústria televisiva I
 - 11.5.1. A televisão econômica
 - 11.5.2. Modelos fundadores
 - 11.5.3. Transformações

- 11.6. Indústria televisiva II
 - 11.6.1. A indústria televisiva norte-americana
 - 11.6.2. Principais características
 - 11.6.3. A regulação estatal
- 11.7. Indústria televisiva III
 - 11.7.1. Televisão do serviço público na Europa
 - 11.7.2. Crises e debates
- 11.8. Os eixos da mudança
 - 11.8.1. Novos processos no setor audiovisual
 - 11.8.2. Debates regulatórios
- 11.9. Televisão Digital Terrestre (TDT)
 - 11.9.1. O papel do Estado e experiências
 - 11.9.2. As novas características do sistema televisivo
- 11.10. Novos participantes na cena audiovisual
 - 11.10.1. Plataformas de serviços Over - The - Top (OTT)
 - 11.10.2. Consequências de sua aparição

Módulo 12. Produção audiovisual

- 12.1. A produção Audiovisual
 - 12.1.1. Conceitos de introdução
 - 12.1.2. A indústria audiovisual
- 12.2. A equipe de produção
 - 12.2.1. Os profissionais
 - 12.2.2. O produtos e o roteiro
- 12.3. O projeto audiovisual
 - 12.3.1. A gestão de projetos
 - 12.3.2. Avaliação do projeto
 - 12.3.3. Apresentação de projetos
- 12.4. Modalidades de produção e financiamento
 - 12.4.1. Financiamento da produção audiovisual
 - 12.4.2. Modos de produção audiovisual
 - 12.4.3. Recursos para o financiamento prévio

- 12.5. A equipe de produção e a divisão do roteiro
 - 12.5.1. A equipe de produção
 - 12.5.2. A divisão de roteiro
- 12.6. Os espaços de filmagem
 - 12.6.1. As locações
 - 12.6.2. Os sets
- 12.7. O elenco e os contratos de filmagem
 - 12.7.1. O elenco ou o casting
 - 12.7.2. O teste de elenco
 - 12.7.3. Contratos, direitos e seguros
- 12.8. O plano de trabalho e o orçamento do trabalho audiovisual
 - 12.8.1. O plano de trabalho
 - 12.8.2. O orçamento
- 12.9. A produção em filmagem ou gravação
 - 12.9.1. A preparação da filmagem
 - 12.9.2. A equipe e os recursos de filmagem
- 12.10. Pós-produção e o balance final do trabalho audiovisual
 - 12.10.1. A montagem e a pós-produção
 - 12.10.2. Balance final e exploração

Módulo 13. Produção de ficção e Direção de Atores

- 13.1. A produção de ficção
 - 13.1.1. Introdução
 - 13.1.2. O processo e suas ferramentas
- 13.2. A ótica e a câmera
 - 13.2.1. As ópticas e o enquadramento
 - 13.2.2. O movimento da câmera
 - 13.2.3. A continuidade
- 13.3. A luz e a cor: aspectos teóricos
 - 13.3.1. Exposição
 - 13.3.2. Teoria da cor
- 13.4. A iluminação no cinema
 - 13.4.1. Ferramentas
 - 13.4.2. A iluminação como narrativa

- 13.5. A cor e as ópticas
 - 13.5.1. O controle de cor
 - 13.5.2. As ópticas
 - 13.5.3. O Controles da imagem
- 13.6. O trabalho de filmagem
 - 13.6.1. A lista de planos
 - 13.6.2. A equipe de trabalho e suas devidas funções
- 13.7. Questões técnicas para a direção de cinema
 - 13.7.1. Os recursos da técnica
- 13.8. A visão dos diretores
 - 13.8.1. Os diretores têm a palavra
- 13.9. Transformações digitais
 - 13.9.1. Transformações analógico-digitais na fotografia cinematográfica
 - 13.9.2. O reinado da pós-produção digital
- 13.10. A direção dos atores
 - 13.10.1. Introdução
 - 13.10.2. Principais métodos e técnicas
 - 13.10.3. O trabalho com os atores

Módulo 14. Indústrias culturais e novos modelos de negócios na comunicação

- 14.1. Os conceitos de cultura, economia, comunicação, tecnologia, IC
 - 14.1.1. Cultura, economia, comunicação
 - 14.1.2. Indústrias culturais
- 14.2. Tecnologia, comunicação e cultura
 - 14.2.1. Cultura artesanal mercantilizada
 - 14.2.2. Da performance ao vivo às artes plásticas
 - 14.2.3. Museus e patrimônio
- 14.3. Os principais setores das indústrias culturais
 - 14.3.1. Os produtos editoriais
 - 14.3.2. As I.C. de fluxo
 - 14.3.3. Os modelos híbridos
- 14.4. A Era Digital nas Indústrias Culturais
 - 14.4.1. As Indústrias Culturais digitais
 - 14.4.2. Novos modelos na era digital

- 14.5. Meios digitais e meios de comunicação na era digital
 - 14.5.1. O negócio da imprensa online
 - 14.5.2. O rádio no ambiente digital
 - 14.5.3. Particularidades dos meios de comunicação na era digital
- 14.6. A globalização e a diversidade na cultura
 - 14.6.1. Concentração, internacionalização e globalização das Indústrias Culturais
 - 14.6.2. A luta pela diversidade cultural
- 14.7. As políticas culturais e de cooperação
 - 14.7.1. Políticas culturais
 - 14.7.2. O papel dos estados e dos países
- 14.8. A diversidade musical na nuvem
 - 14.8.1. O cenário atual do setor musical
 - 14.8.2. A nuvem
 - 14.8.3. Iniciativas latinas/ ibero-americanas
- 14.9. Diversidade na indústria audiovisual
 - 14.9.1. Do pluralismo à diversidade
 - 14.9.2. Diversidade, cultura e comunicação
 - 14.9.3. Conclusões e propostas
- 14.10. Diversidade Audiovisual na Internet
 - 14.10.1. O sistema audiovisual na era da Internet
 - 14.10.2. A oferta televisiva e a diversidade
 - 14.10.3. Conclusões

Módulo 15. Gestão e promoção de produtos audiovisuais

- 15.1. A distribuição audiovisual
 - 15.1.1. Introdução
 - 15.1.2. Os agentes de distribuição
 - 15.1.3. Os produtos da comercialização
 - 15.1.4. As áreas de distribuição audiovisual
 - 15.1.5. Distribuição nacional
 - 15.1.6. Distribuição internacional
- 15.2. A empresa de distribuição
 - 15.2.1. A estrutura organizacional
 - 15.2.2. A negociação do contrato de distribuição
 - 15.2.3. Os clientes internacionais
- 15.3. Oportunidades de exploração, contratos e vendas internacionais
 - 15.3.1. Oportunidades de exploração
 - 15.3.2. Contratos de distribuição internacional
 - 15.3.3. As vendas internacionais
- 15.4. Marketing cinematográfico
 - 15.4.1. Marketing no cinema
 - 15.4.2. A cadeia de valor da produção cinematográfica
 - 15.4.3. A mídia publicitária a serviço da promoção
 - 15.4.4. As ferramentas para o lançamento
- 15.5. A pesquisa de mercado no cinema
 - 15.5.1. Introdução
 - 15.5.2. Fase de pré-produção
 - 15.5.3. Fase de pós-produção
 - 15.5.4. Fase de comercialização
- 15.6. Redes sociais e promoção cinematográfica
 - 15.6.1. Introdução
 - 15.6.2. Promessas e limites das redes sociais
 - 15.6.3. Os objetivos e sua medição
 - 15.6.4. Calendário de promoção e estratégias
 - 15.6.5. Interpretar o que dizem as redes
- 15.7. Distribuição audiovisual na Internet I
 - 15.7.1. O novo mundo da distribuição audiovisual
 - 15.7.2. O processo da distribuição na internet
 - 15.7.3. Os produtos e as possibilidades no novo cenário
 - 15.7.4. Novos modos de distribuição
- 15.8. Distribuição audiovisual na Internet II
 - 15.8.1. Chaves do novo cenário
 - 15.8.2. Os perigos da distribuição na internet
 - 15.8.3. O Vídeo on Demand (VOD) como nova oportunidade de distribuição

- 15.9. Novos espaços para distribuição
 - 15.9.1. Introdução
 - 15.9.2. A revolução Netflix
- 15.10. Os festivais de cinema
 - 15.10.1. Introdução
 - 15.10.2. O papel dos festivais de cinema na distribuição e exibição

Módulo 16. Gêneros, formatos e programação em televisão

- 16.1. O gêneros na televisão
 - 16.1.1. Introdução
 - 16.1.2. Os gêneros da televisão
- 16.2. Formatos em televisão
 - 16.2.1. Abordagem do conceito de formato
 - 16.2.2. Os formatos da televisão
- 16.3. A criação na televisão
 - 16.3.1. O processo criativo no entretenimento
 - 16.3.2. O processo criativo na ficção
- 16.4. Evolução dos formatos no mercado internacional atual I
 - 16.4.1. A consolidação do formato
 - 16.4.2. O formato da telerrealidade
 - 16.4.3. Novidades em Reality Show
 - 16.4.4. A Televisão Digital Terrestre e a crise financeira
- 16.5. Evolução dos formatos no mercado internacional atual II
 - 16.5.1. Os mercados emergentes
 - 16.5.2. Marcas globais
 - 16.5.3. A televisão se reinventa
 - 16.5.4. A era da globalização.
- 16.6. Vender o formato. O *pitching*
 - 16.6.1. A venda de um formato televisivo
 - 16.6.2. O *pitching*
- 16.7. Introdução à programação televisiva
 - 16.7.1. A função da programação
 - 16.7.2. Fatores que afetam a programação

- 16.8. Os modelos de programação televisiva
 - 16.8.1. Estados Unidos e Reino Unido
 - 16.8.2. Espanha
- 16.9. O exercício profissional da programação televisiva
 - 16.9.1. O departamento de programação
 - 16.9.2. Programar para televisão
- 16.10. O estudo das audiências
 - 16.10.1. Pesquisa de audiência na televisão
 - 16.10.2. Conceitos e índices de audiência

Módulo 17. O público audiovisual

- 17.1. As audiências nos meios audiovisuais
 - 17.1.1. Introdução
 - 17.1.2. A constituição das audiências
- 17.2. O estudo das audiências: as tradições I
 - 17.2.1. Teoria dos efeitos
 - 17.2.2. Teoria de usos e recompensas
 - 17.2.3. Os estudos culturais
- 17.3. O estudo das audiências: as tradições II
 - 17.3.1. Estudos sobre a recepção
 - 17.3.2. A audiência para os estudos humanistas
- 17.4. Audiências sob uma perspectiva econômica
 - 17.4.1. Introdução
 - 17.4.2. A medição das audiências
- 17.5. Teorias da recepção
 - 17.5.1. Introdução às teorias da recepção
 - 17.5.2. Uma abordagem histórica dos estudos de recepção
- 17.6. As audiências no mundo digital
 - 17.6.1. O ambiente digital
 - 17.6.2. Comunicação e cultura da convergência
 - 17.6.3. A característica ativa das audiências
 - 17.6.4. Interatividade e participação

- 17.6.5. A transnacionalidade das audiências
- 17.6.6. As audiências fragmentadas
- 17.6.7. A autonomia das audiências
- 17.7. Audiência: as principais perguntas I
 - 17.7.1. Introdução
 - 17.7.2. Quem é a audiência?
 - 17.7.3. Por que consome?
- 17.8. Audiência: as principais perguntas II
 - 17.8.1. O que a audiência consome?
 - 17.8.2. Como consome?
 - 17.8.3. Com que finalidade?
- 17.9. O modelo de *engajamento* I
 - 17.9.1. O Engajamento como meta dimensão do comportamento das audiências
 - 17.9.2. O valor completo do *engajamento*
- 17.10. O modelo de *engajamento* II
 - 17.10.1. Introdução. As dimensões do *engajamento*
 - 17.10.2. O *engajamento* e as experiências dos usuários
 - 17.10.3. O *engajamento* como resposta emocional das audiências
 - 17.10.4. O *engagement* como resultado da cognição humana
 - 17.10.5. Os comportamento observáveis das audiências como expressão do *engajamento*

Módulo 18. Roteiro de televisão: programa e ficção

- 18.1. Narrativa televisiva
 - 18.1.1. Conceitos e limites
 - 18.1.2. Códigos e estruturas
- 18.2. Categorias narrativas na televisão
 - 18.2.1. O enunciado
 - 18.2.2. Personagens
 - 18.2.3. Ações e transformações
 - 18.2.4. Espaço
 - 18.2.5. O tempo





- 18.3. Gêneros e formatos televisivo
 - 18.3.1. Unidades narrativas
 - 18.3.2. Gêneros e formatos televisivo
- 18.4. Formatos de ficção
 - 18.4.1. A ficção televisiva
 - 18.4.2. A sitcom
 - 18.4.3. As séries dramáticas
 - 18.4.4. A novela
 - 18.4.5. Outros formatos
- 18.5. O roteiro de ficção na televisão
 - 18.5.1. Introdução
 - 18.5.2. A técnica
- 18.6. O drama em televisão
 - 18.6.1. As séries dramáticas
 - 18.6.2. A novela
- 18.7. As séries de comédia
 - 18.7.1. Introdução
 - 18.7.2. A sitcom
- 18.8. O roteiro do entretenimento
 - 18.8.1. O roteiro passo a passo
 - 18.8.2. Escrever para dizer
- 18.9. Redação de roteiros de entretenimento
 - 18.9.1. Reunião de roteiro
 - 18.9.2. O roteiro técnico
 - 18.9.3. A divisão da produção
 - 18.9.4. Step Outline
- 18.10. Desenho de roteiros de entretenimento
 - 18.10.1. Magazine
 - 18.10.2. Programa de humor
 - 18.10.3. *Show de talentos*
 - 18.10.4. Documentário
 - 18.10.5. Outros formatos

06

Metodologia

Este curso oferece uma maneira diferente de aprender. Nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cíclico: o **Relearning**. Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas escolas médicas mais prestigiadas do mundo e foi considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações científicas, como o **New England Journal of Medicine**.



“

Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para realizá-la através de sistemas de ensino cíclicos: uma forma de aprendizagem que se mostrou extremamente eficaz, especialmente em disciplinas que requerem memorização”

Estudo de caso para contextualizar todo o conteúdo

Nosso programa oferece um método revolucionário para desenvolver as habilidades e o conhecimento. Nosso objetivo é fortalecer as habilidades em um contexto de constante mudança, competitivo e altamente exigente.

“

Com a TECH você irá experimentar uma maneira de aprender que está revolucionando as bases das universidades tradicionais ao redor do mundo”



Você terá acesso a um sistema de aprendizagem baseado na repetição, por meio de um ensino natural e progressivo ao longo de todo o programa.



Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este programa da TECH é um programa de ensino intensivo, criado do zero, que propõe os desafios e decisões mais exigentes nesta área, tanto nacional quanto internacionalmente. Graças a esta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado em direção ao sucesso. O método do caso, técnica que constitui a base deste conteúdo, garante que a realidade econômica, social e profissional mais atual seja adotada.



Nosso programa lhe prepara para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso na sua carreira.

O estudante aprenderá, através de atividades de colaboração e casos reais, como resolver situações complexas em ambientes reais de negócios.

O método do caso é o sistema de aprendizado mais utilizado pelas melhores faculdades do mundo. Desenvolvido em 1912 para que os estudantes de Direito não aprendessem a lei apenas com base no conteúdo teórico, o método do caso consistia em apresentar-lhes situações realmente complexas para que tomassem decisões conscientes e julgassem a melhor forma de resolvê-las. Em 1924 foi estabelecido como um método de ensino padrão em Harvard.

Em uma determinada situação, o que um profissional deveria fazer? Esta é a pergunta que abordamos no método do caso, um método de aprendizagem orientado para a ação. Ao longo do programa, os alunos vão se deparar com múltiplos casos reais. Terão que integrar todo o seu conhecimento, pesquisar, argumentar e defender suas idéias e decisões.

Metodologia Relearning

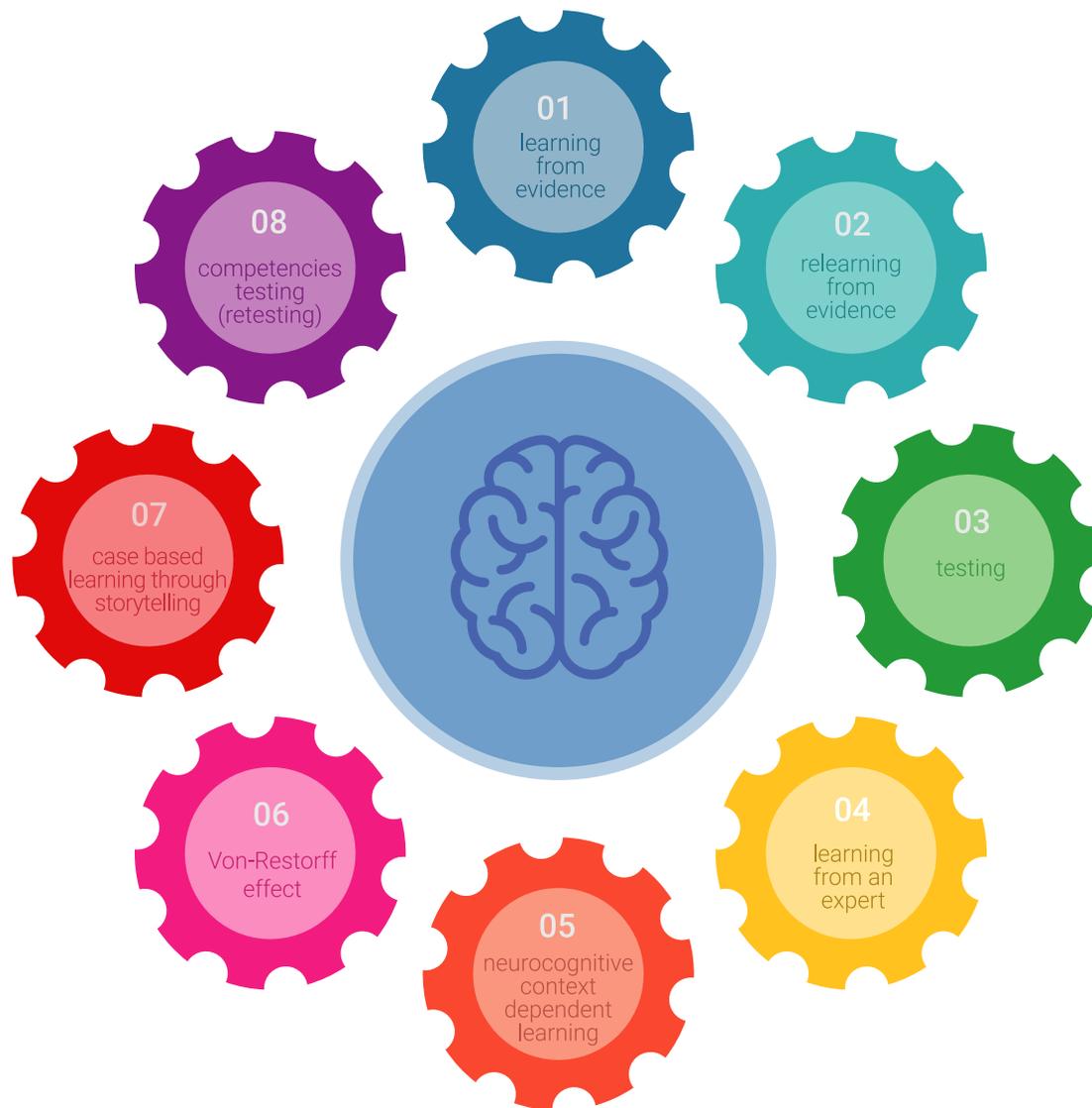
A TECH utiliza de maneira eficaz a metodologia do Estudo de Caso com um sistema de aprendizagem 100% online baseado na repetição, combinando diferentes elementos didáticos em cada lição.

Potencializamos o Estudo de Caso com o melhor método de ensino 100% online: o Relearning.

Em 2019, entre todas as universidades online em espanhol do mundo, alcançamos os melhores resultados de aprendizagem.

Na TECH você aprenderá com uma metodologia de vanguarda projetada para capacitar os gerentes do futuro. Este método, na vanguarda da pedagogia mundial, se chama Relearning.

Nossa Universidade é a única em língua espanhola autorizada a utilizar este método de sucesso. Em 2019, conseguimos melhorar os níveis de satisfação geral de nossos alunos (qualidade de ensino, qualidade dos materiais, estrutura dos cursos, objetivos, entre outros) com relação aos indicadores da melhor universidade online em espanhol.



No nosso programa, o aprendizado não é um processo linear, mas acontece em espiral (aprendemos, desaprendemos, esquecemos e reaprendemos). Portanto, combinamos cada um desses elementos de forma concêntrica. Esta metodologia já capacitou mais de 650.000 universitários com um sucesso sem precedentes em campos tão diversos como a bioquímica, a genética, a cirurgia, o direito internacional, habilidades administrativas, ciência do esporte, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história, mercados e instrumentos financeiros. Tudo isso em um ambiente altamente exigente, com um grupo de estudantes universitários de alto perfil socioeconômico e uma média de idade de 43,5 anos.

O Relearning lhe permitirá aprender com menos esforço e mais desempenho, fazendo com que você se envolva mais na sua capacitação, desenvolvendo seu espírito crítico e sua capacidade de defender argumentos e contrastar opiniões, ou seja, uma equação de sucesso.

A partir das últimas evidências científicas no campo da neurociência, não sabemos apenas como organizar informações, idéias, imagens, memórias, mas sabemos também que o lugar e o contexto onde aprendemos algo é fundamental para nossa capacidade de lembrá-lo e armazená-lo no hipocampo, para mantê-lo em nossa memória a longo prazo.

Desta forma, no que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, os diferentes elementos de nosso programa estão ligados ao contexto onde o participante desenvolve sua prática profissional.



Neste programa, oferecemos os melhores materiais educacionais, preparados especialmente para você:



Material de estudo

Todo o conteúdo didático foi criado pelos especialistas que irão ministrar o curso, especialmente para o curso, fazendo com que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Posteriormente, esse conteúdo é adaptado ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isso com as técnicas mais avançadas e oferecendo alta qualidade em cada um dos materiais que são colocados à disposição do aluno.



Masterclasses

Há evidências científicas sobre a utilidade da observação de terceiros especialistas.

O "Learning from an expert" fortalece o conhecimento e a memória, além de gerar segurança para a tomada de decisões difíceis no futuro.



Práticas de habilidades e competências

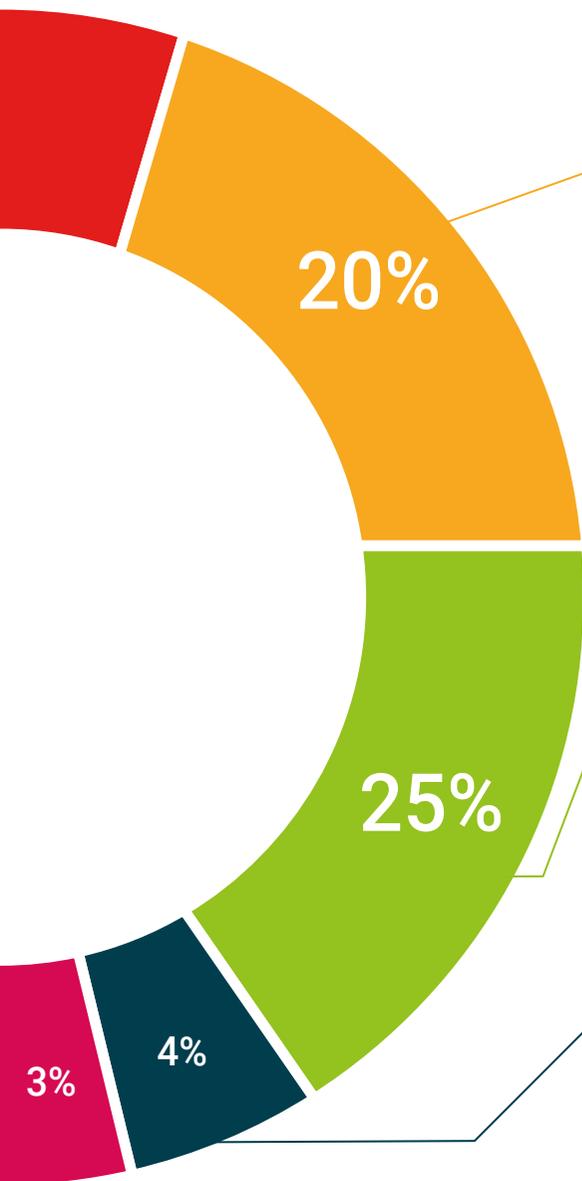
Serão realizadas atividades para desenvolver competências e habilidades específicas em cada disciplina. Práticas e dinâmicas para adquirir e desenvolver as habilidades e competências necessárias para que um especialista possa se desenvolver dentro do contexto globalizado em que vivemos.



Leitura complementar

Artigos recentes, documentos científicos, guias internacionais, entre outros. Na biblioteca virtual da TECH o aluno terá acesso a tudo o que for necessário para complementar a sua capacitação.





Estudos de caso

Será realizada uma seleção dos melhores estudos de casos escolhidos especificamente para esta titulação. Casos apresentados, analisados e orientados pelos melhores especialistas do cenário internacional.



Resumos interativos

A equipe da TECH apresenta o conteúdo de forma atraente e dinâmica através de pílulas multimídia que incluem áudios, vídeos, imagens, diagramas e mapas conceituais, com o objetivo de reforçar o conhecimento.

Este sistema exclusivo de capacitação por meio da apresentação de conteúdo multimídia foi premiado pela Microsoft como "Caso de sucesso na Europa".



Testing & Retesting

Avaliamos e reavaliamos periodicamente o seu conhecimento ao longo do programa, através de atividades e exercícios de avaliação e auto-avaliação, para que você possa comprovar que está alcançando seus objetivos.



07

Certificado

O Advanced Master em Direção Sênior no Setor Audiovisual garante, além da capacitação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um título de Advanced Master emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

Conclua este programa de estudos com sucesso e receba seu certificado sem sair de casa e sem burocracias”

Este **Advanced Master em Direção Sênior no Setor Audiovisual** conta com o conteúdo científico mais completo e atualizado do mercado.

Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado* correspondente ao título de **Advanced Master** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

O certificado emitido pela **TECH Universidade Tecnológica** expressará a qualificação obtida no Advanced Master, atendendo aos requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de empregos, concursos públicos e avaliação de carreira profissional.

Título: **Advanced Master em Direção Sênior no Setor Audiovisual**

Modalidade: **online**

Duração: **6 meses**



*Apostila de Haia: Caso o aluno solicite que seu certificado seja apostilado, a TECH EDUCATION providenciará a obtenção do mesmo a um custo adicional.

futuro
saúde confiança pessoas
informação orientadores
educação certificação ensino
garantia aprendizagem
instituições tecnologia
comunidade comunidade
atenção personalizada
conhecimento inovação
presente qualidade
desenvolvimento situação

tech universidade
tecnológica

Advanced Master
Direção Sênior no
Setor Audiovisual

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 meses
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

Advanced Master

Direção Sênior no Setor Audiovisual

