

Master Especialístico

Senior Audiovisual Industry Management



tech universidad
tecnológica



Master Specialistico Senior Audiovisual Industry Management

- » Modalità: online
- » Durata: 2 anni
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Dedizione: 16 ore/settimana
- » Orario: a scelta
- » Esami: online

Accesso al sito web: www.techitute.com/it/design/master-specialistico/master-specialistico-senior-audiovisual-industry-management

Indice

01

Presentazione

pag. 4

02

Obiettivi

pag. 8

03

Competenze

pag. 12

04

Direzione del corso

pag. 20

05

Struttura e contenuti

pag. 16

06

Metodologia

pag. 30

07

Titolo

pag. 38

01

Presentazione

Il settore audiovisivo è fondamentale in diversi ambiti, poiché l'unione dell'immagine e del suono costituisce la combinazione perfetta per molte creazioni. Nel campo del design, la sua rilevanza sta diventando sempre più importante, sia nella pubblicità che nella creazione di videogiochi, per esempio, dove il format audiovisivo è indispensabile. Indubbiamente, i professionisti del design che desiderano dedicarsi professionalmente alla gestione aziendale di aziende audiovisive devono trovare programmi che soddisfino le loro esigenze, in cui le conoscenze di entrambe le aree si completino a vicenda. Considerando questa necessità, TECH ha creato un programma di alto livello accademico, che sarà fondamentale per il tuo sviluppo professionale e per il successo della tua azienda.





“

*I professionisti del design che ottengono
l'Alta Specializzazione in Senior
Audiovisual Industry Management avranno
un'opportunità unica per conquistarsi un
posto in un settore altamente competitivo"*

L'industria audiovisiva ha conosciuto una grande crescita negli ultimi decenni. Nuovi strumenti digitali e nuovi format hanno rivoluzionato il settore e, anche se può sembrare che si siano raggiunti importanti cambiamenti, l'innovazione continua ad essere la base di un settore che sorprende il pubblico ogni giorno con nuove produzioni. È di vitale importanza in quanto le produzioni audiovisive possono raggiungere praticamente un'intera popolazione e, grazie alla globalizzazione e al progresso dei social media, tali prodotti non hanno più limiti fisici e possono essere consumati ovunque nel mondo. Di conseguenza, il contributo di questa industria all'economia globale sta crescendo.

In questo tipo di aziende, il senior management relativo al settore del design richiede conoscenze specifiche, ed è per questo che sempre più professionisti decidono di iscriversi a programmi ed università di alto livello per migliorare la loro specializzazione e conquistarsi un posto in un settore altamente competitivo che richiede professionisti con esperienza, ma soprattutto con una conoscenza superiore del settore. Prendendo in considerazione questa premessa, TECH ha progettato un Master Specialistico di alto livello accademico che include il meglio di un MBA e i concetti e le strategie specifiche dell'industria audiovisiva. In questo modo, il programma copre i concetti principali dell'industria audiovisiva e della cultura, studiando il giornalismo culturale e il suo funzionamento. Inoltre, la parte tecnica acquisisce una sezione rilevante in questo programma, concentrandosi sulla realizzazione dei progetti, portando lo studente dall'idea alla messa in scena. Un'opportunità unica per imparare la struttura del sistema audiovisivo e la produzione di questo tipo di contenuti, studiando allo stesso tempo i nuovi generi e format che vengono utilizzati in televisione.

Inoltre, il programma combina perfettamente i contenuti teorici e pratici, dando a ciascuno l'importanza che merita e favorendo l'apprendimento in modo contestuale, in modo da permettere agli studenti di confrontarsi, durante il corso, con casi che possono incontrare in situazioni reali. Analogamente, uno dei principali vantaggi di questo programma è che si svolge in modalità 100% online, evitando spostamenti o orari specifici. In questo modo saranno gli studenti stessi a poter autogestire i loro studi, pianificando i loro orari e il loro ritmo di apprendimento, il che risulterà molto utile per poterlo combinare con il resto degli impegni giornalieri.

Questo **Master Specialistico in Senior Audiovisual Industry Management** possiede il programma educativo più completo e aggiornato del mercato. Le caratteristiche principali del corso sono:

- ◆ Sviluppo di casi pratici presentati da esperti in design
- ◆ I suoi contenuti grafici, schematici ed eminentemente pratici, con cui sono concepiti, forniscono informazioni scientifiche e sanitarie su quelle discipline che sono essenziali per l'esercizio professionale
- ◆ Esercizi pratici in cui il processo di autovalutazione può essere utilizzato per migliorare l'apprendimento
- ◆ Enfasi focalizzata sulle metodologie innovative dell'Audiovisual Industry Management
- ◆ Lezioni teoriche, domande all'esperto, forum di discussione su questioni controverse e lavoro di riflessione individuale
- ◆ La disponibilità di accesso ai contenuti da qualsiasi dispositivo fisso o portatile con una connessione internet



L'industria audiovisiva apporta un grande valore al tessuto imprenditoriale, pertanto la corretta gestione delle aziende del settore può fare la differenza tra successo e fallimento"

“

TECH è un'università del XXI secolo e, per questo motivo, è impegnata nella perfetta combinazione di teoria e pratica per migliorare la specializzazione dei suoi studenti"

Il programma comprende, nel suo corpo docente, prestigiosi professionisti che apportano la propria esperienza, così come specialisti riconosciuti e appartenenti a società scientifiche ed università prestigiose.

Grazie al contenuto multimediale sviluppato con le ultime tecnologie educative, permetteranno al professionista un apprendimento situato e contestuale, un contesto simulato che fornirà uno studio programmato in situazioni reali.

La progettazione di questo programma è basata sull'Apprendimento Basato su Problemi, mediante il quale il Studente dovrà cercare di risolvere le diverse situazioni che gli si presentano durante il corso. Per farlo, il professionista sarà assistito da un innovativo sistema di video interattivo creato da rinomati esperti.

La metodologia di insegnamento di questo programma è la più innovativa nel panorama accademico attuale.

Un format completamente digitale che sarà fondamentale per combinare i tuoi studi con il resto dei tuoi impegni giornalieri.



02 Obiettivi

Questo Master Specialistico di TECH è stato progettato per soddisfare gli obiettivi accademici dei professionisti del design nell'ambito del Senior Audiovisual Industry Management. In questo modo, al termine del corso, lo studente avrà acquisito le competenze necessarie per gestire con successo questo tipo di azienda, posizionandosi come professionista di riferimento nell'azienda e contribuendo grazie alle sue capacità, a condurre l'azienda verso l'eccellenza.



“

Raggiungere gli obiettivi accademici e professionali è una sfida per tutti i professionisti quindi non lasciarti scappare quest'opportunità di perfezionarti grazie a questo corso”



Obiettivi generali

- ◆ Sviluppare capacità di leadership adeguate alla gestione aziendale
- ◆ Conoscere e saper gestire le aree economico-finanziarie dell'azienda
- ◆ Ampliare le conoscenze e le informazioni dello studente in maniera approfondita nel campo del giornalismo e nello specifico, nel campo della gestione dell'industria audiovisiva
- ◆ Imparare a svolgere funzioni in questo campo in un ambiente specializzato e professionale

“

le particolarità dell'industria audiovisiva e imparare a gestire i diversi format esistenti”





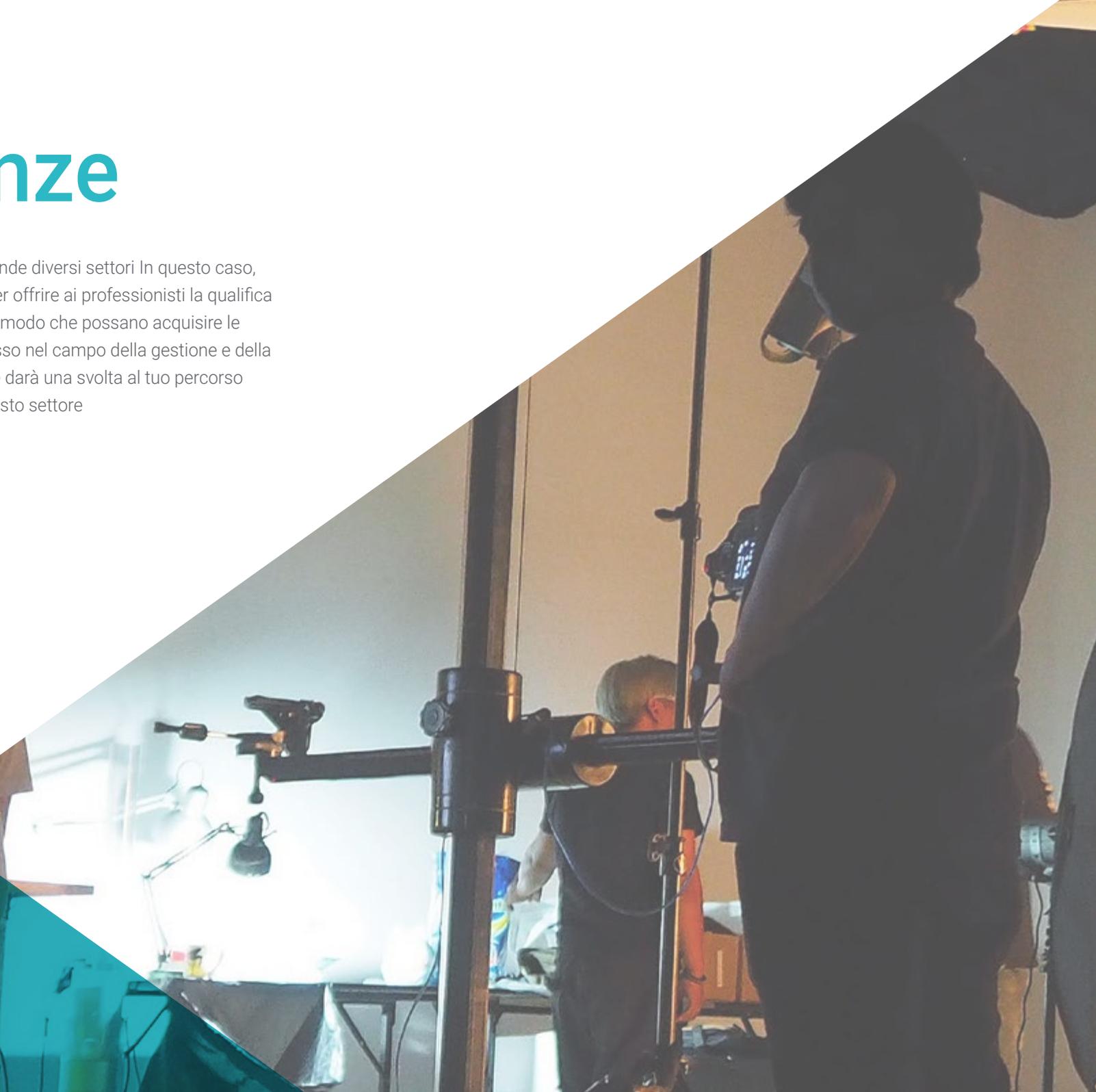
Obiettivi specifici

- ◆ Definire le ultime tendenze della gestione imprenditoriale, tenendo conto dell'ambiente globalizzato che regola i criteri dell'alta direzione
- ◆ Sviluppare le principali competenze di leadership che devono definire i professionisti in attivo
- ◆ Sviluppare strategie per prendere decisioni in un ambiente complesso e instabile
- ◆ Creare strategie aziendali che stabiliscono il copione che l'azienda deve seguire per diventare più competitiva e raggiungere i propri obiettivi
- ◆ Sviluppare le competenze essenziali per gestire strategicamente l'attività aziendale
- ◆ Possedere le competenze trasversali e specifiche necessarie per affrontare con successo la realtà del giornalismo culturale in diversi ambiti
- ◆ Acquisire la capacità di pianificare sequenze narrative e documentarie in base ai media disponibili
- ◆ Imparare la natura e le interrelazioni tra i soggetti della comunicazione audiovisiva: autori, istituzioni, aziende, media, supporti e ricevitori
- ◆ Conoscere le origini storiche della produzione audiovisiva e la sua evoluzione nella società contemporanea
- ◆ Identificare i concetti teorici che definiscono i processi di produzione dei media audiovisivi
- ◆ Fornire agli studenti le basi teoriche e tecniche, così come le competenze strumentali per affrontare, da un punto di vista narrativo ed estetico, la produzione di fiction audiovisiva, in diversi media e tecnologie
- ◆ Studiare le trasformazioni avvenute nelle industrie culturali nella fornitura e nel consumo di reti digitali, nei loro aspetti economici, politici e socio-culturali
- ◆ Conoscere i concetti fondamentali che regolano la distribuzione, la commercializzazione e la diffusione di un prodotto audiovisivo nella società contemporanea
- ◆ Saper interpretare, analizzare e commentare un format televisivo da una prospettiva professionale, estetica e culturale
- ◆ Comprendere le trasformazioni derivate dalla digitalizzazione nell'industria audiovisiva
- ◆ Comprendere il processo creativo e industriale nell'elaborazione di una sceneggiatura di fiction per la televisione

03

Competenze

Il design è un settore molto ampio che comprende diversi settori. In questo caso, TECH ha creato questo Master Specialistico per offrire ai professionisti la qualifica superiore richiesta nell'industria audiovisiva, in modo che possano acquisire le competenze necessarie per gestire con successo nel campo della gestione e della direzione audiovisiva. Un programma unico che darà una svolta al tuo percorso professionale, raggiungendo il successo in questo settore.



“

Acquisire le competenze necessarie per gestire aziende audiovisive ti permetterà di raggiungere il successo in questo settore”



Competenze generali

- ◆ Controllare i diversi dipartimenti dell'azienda per raggiungere gli obiettivi comuni dell'azienda
- ◆ Gestire adeguatamente le risorse umane dell'azienda
- ◆ Sviluppare la gestione globale di un progetto di comunicazione audiovisiva in ogni sua sfaccettatura con il controllo completo dei diversi fattori e processi che lo caratterizzano
- ◆ Applicare le strategie più appropriate per favorire la crescita dell'azienda audiovisiva



Un programma che ti permetterà di fare un salto di qualità nella tua carriera professionale"





Competenze specifiche

- ◆ Realizzare una gestione globale dell'azienda, applicando tecniche di leadership che influenzino il rendimento dei lavoratori, in modo tale da raggiungere gli obiettivi dell'azienda
- ◆ Far parte e guidare la strategia aziendale e competitiva dell'azienda
- ◆ Risolvere i conflitti aziendali e i problemi tra i dipendenti
- ◆ Realizzare una corretta gestione del team per migliorare la produttività e, di conseguenza, i benefici dell'azienda
- ◆ Essere in grado di gestire il piano economico e finanziario dell'azienda
- ◆ Controllare i processi logistici così come gli acquisti e i rifornimenti dell'azienda
- ◆ Approfondire i nuovi modelli di business dei sistemi informativi
- ◆ Applicare le strategie più appropriate per il commercio elettronico dei prodotti dell'azienda
- ◆ Elaborare e condurre piani di marketing
- ◆ Puntare sull'innovazione in tutti i processi e le aree dell'azienda
- ◆ Usare i social media in un ambiente giornalistico
- ◆ Conoscere la composizione delle apparecchiature di produzione audiovisiva
- ◆ Organizzare una messa in scena adeguata agli obiettivi del progetto audiovisivo
- ◆ Pianificare azioni narrative adeguate ai mezzi disponibili
- ◆ Padroneggiare le diverse fasi del progetto audiovisivo
- ◆ Conoscere e applicare le strutture organizzative della comunicazione audiovisiva
- ◆ Sapersi adattare alle forme di consumo in ogni momento
- ◆ Conoscere il codice relazionale dei diversi agenti della comunicazione audiovisiva
- ◆ Delineare l'evoluzione storica della produzione audiovisiva
- ◆ Creare prodotti adeguati al finanziamento disponibile
- ◆ Pianificare l'ammortamento dei prodotti audiovisivi
- ◆ Produrre un prodotto audiovisivo su diversi media

04

Direzione del corso

Il corpo docente incaricato dell'elaborazione di questo Master Specialistico è stato accuratamente selezionato da TECH per le sue elevate capacità di direzione, gestione e leadership nel mondo dell'Industria Audiovisiva. Gli studenti avranno accesso a contenuti creati da professionisti con una vasta esperienza nel settore che, inoltre, condividono i segreti e i metodi di lavoro più efficaci per raggiungere i vertici dell'Audiovisual Management grazie al perfezionamento delle proprie competenze.



“

*Ottieni il meglio grazie alle conoscenze
e alla vasta esperienza professionale
di un personale docente poliedrico
e multidisciplinare nel mondo
dell'Industria Audiovisiva"*

Direzione



Dott. Ledesma Carrillo, Carlos Atxoa

- ◆ Responsabile Area Internazionale/ Legale Area Manager presso "Transporte Interurbanos" di Tenerife S.A.U.
- ◆ Responsabile legale presso Avalon Biz Consulting
- ◆ Formatore Rgpd in ESFOCC "Escuela Superior de Formación y Cualificación", Isole Canarie
- ◆ Legale presso Transportes Interurbanos de Tenerife S.A.U.
- ◆ Laurea in legge presso l'Università "La Laguna"
- ◆ Esperto in gestione del lavoro della "Escuela Europea de Dirección y Empresa" Madrid
- ◆ Diploma in gestione delle conoscenze aziendali, Università Rey Juan Carlos I
- ◆ MBA Master in Amministrazione e Direzione Aziendale presso l'Università Europea delle Canarie

Professori

Dott. González, Alexis

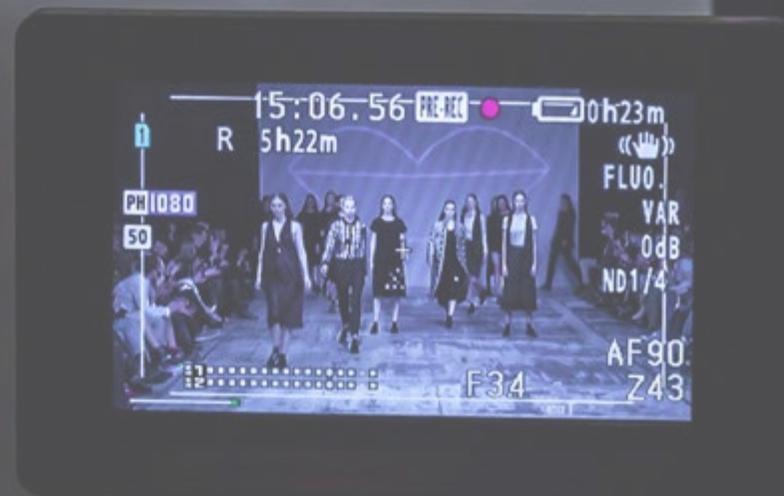
- ◆ Direttore finanziario della banca "Cajasieta" di Tenerife, Isole Canarie
- ◆ Co-fondatore del Club di Investimento in Borsa della Facoltà di Studi Commerciali
- ◆ Laureato in Direzione e Amministrazione d'Impresa presso l'Università de Las Palmas di Gran Canaria
- ◆ Laureato in Scienze Aziendali presso l'Università de Las Palmas di Gran Canaria
- ◆ Master in Fiscalità e Consulenza Fiscale del Centro di Studi Finanziari in collaborazione con l'Associazione Spagnola dei Consulenti Fiscali
- ◆ Executive Master in Gestione Finanziaria e Finanza Avanzata dell'Istituto Superiore di Tecniche e Pratiche Bancarie
- ◆ Esperto in pianificazione finanziaria e controllo di gestione nel settore bancario per Analistas Financieros Internacionales (AFI)
- ◆ Esperto in Sviluppo Esecutivo nella Gestione del Portafoglio da parte degli Analisti Finanziari Internazionali



05

Struttura e contenuti

La struttura di questo Master Specialistico in Senior Audiovisual Industry Management è stata sviluppata tenendo conto delle esigenze di specializzazione dei professionisti del design, che troveranno in questo programma un'opportunità unica per conoscere gli ultimi concetti in questo campo e che permetterà loro di fare un passo avanti nella loro carriera. Inoltre, la distribuzione del programma rende più facile lo studio, permettendo agli studenti di gestire il proprio tempo e di auto-dirigere il loro apprendimento.



“

*Il programma accademico più completo
sull'Audiovisual Industry Management
presente oggi sul mercato"*

Modulo 1. Leadership, etica e CSR

- 1.1. Globalizzazione e Amministrazione
 - 1.1.1. Globalizzazione e tendenze: Internazionalizzazione dei mercati
 - 1.1.2. Contesto economico e Amministrazione Aziendale
 - 1.1.3. *Accountability* o Rendimento dei Conti
- 1.2. Leadership
 - 1.2.1. Contesto interculturale
 - 1.2.2. Leadership e Direzione d'Impresa
 - 1.2.3. Ruoli e responsabilità direttive
- 1.3. Etica d'impresa
 - 1.3.1. Etica e integrità
 - 1.3.2. Comportamento etico aziendale
 - 1.3.3. Deontologia, codici etici e condotta
 - 1.3.4. Prevenzione di frode e corruzione
- 1.4. Sostenibilità
 - 1.4.1. Impresa e Sviluppo Sostenibile
 - 1.4.2. Impatto sociale, ambientale ed economico
 - 1.4.3. Agenda 2030 e ODS
- 1.5. Responsabilità Sociale d'Impresa
 - 1.5.1. Responsabilità Sociale delle imprese
 - 1.5.2. Ruoli e responsabilità
 - 1.5.3. Attuazione della Responsabilità Sociale Aziendale

Modulo 2. Direzione strategica e management direzionale

- 2.1. Analisi e design organizzativo
 - 2.1.1. Cultura organizzativa
 - 2.1.2. Analisi organizzativa
 - 2.1.3. Progettazione della struttura organizzativa
- 2.2. Strategia Aziendale
 - 2.2.1. Strategia di livello corporativo
 - 2.2.2. Tipologie di strategie di livello corporativo
 - 2.2.2. Determinazione della strategia aziendale
 - 2.2.3. Strategia aziendale e immagine di prestigio
- 2.3. Pianificazione e Formulazione Strategica
 - 2.3.1. Pensieri strategici
 - 2.3.2. Sviluppo e pianificazione strategica
 - 2.3.3. Sostenibilità e strategia aziendale
- 2.4. Modelli e Schemi Strategici
 - 2.4.1. Ricchezza, valore e recupero dell'investimento
 - 2.4.2. Strategia aziendale: metodologie
 - 2.4.3. Crescita e consolidamento della strategia aziendale
- 2.5. Direzione strategica
 - 2.5.1. Missione, visione e valori strategici
 - 2.5.2. *Balanced Scorecard*/scheda di valutazione
 - 2.5.3. Analisi, monitoraggio e valutazione della strategia aziendale
 - 2.5.4. Direzione strategica e *reporting*
- 2.6. Introduzione ed esecuzione strategica
 - 2.6.1. Attuazione strategica: obiettivi, azioni ed effetti
 - 2.6.2. Supervisione e allineamento strategico
 - 2.6.3. Metodo di perfezionamento continuo
- 2.7. Management direttivo
 - 2.7.1. Integrazione di strategie funzionali nelle strategie globali di business
 - 2.7.2. Politica di gestione e processi
 - 2.7.3. *Knowledge management*
- 2.8. Analisi e risoluzione di casi/problemi
 - 2.8.1. Metodologia di risoluzione dei problemi
 - 2.8.2. Metodo del caso
 - 2.8.3. Posizionamento e presa di decisioni



Modulo 3. Direzione di persone e gestione del talento

- 3.1. Comportamento organizzativo
 - 3.1.1. Teoria delle organizzazioni
 - 3.1.2. Fattori chiave per il cambiamento nelle organizzazioni
 - 3.1.3. Strategie corporative, tipologie e gestione della conoscenza
- 3.2. Direzione strategica del personale
 - 3.2.1. Gestione delle persone e allineamento strategico
 - 3.2.2. Piano strategico delle risorse umane: progettazione ed attuazione
 - 3.2.3. Analisi del posto di lavoro; struttura e selezione del personale
 - 3.2.4. Specializzazione e crescita professionale
- 3.3. Sviluppo direttivo e leadership
 - 3.3.1. Capacità direttive: Competenze e abilità del XXI secolo
 - 3.3.2. Abilità non direttive
 - 3.3.3. Mappa delle competenze e abilità
 - 3.3.4. Leadership e direzione del personale
- 3.4. Gestione del cambiamento
 - 3.4.1. Analisi del rendimento
 - 3.4.2. Approccio strategico
 - 3.4.3. Gestione del cambiamento: fattori chiave, struttura e gestione dei processi
 - 3.4.4. Metodo di perfezionamento continuo
- 3.5. Negoziazione e gestione dei conflitti
 - 3.5.1. Obiettivi della negoziazione: elementi distintivi
 - 3.5.2. Tecniche di negoziazione efficace
 - 3.5.3. Conflitti: fattori e tipologie
 - 3.5.4. Gestione efficiente dei conflitti: negoziazione e comunicazione
- 3.6. Comunicazione direttiva
 - 3.6.1. Strategia aziendale e comunicazione manageriale
 - 3.6.2. Comunicazione interna: influenza e impatto
 - 3.6.3. Comunicazione interna: influenza e impatto
- 3.7. Gestione di team e svolgimento del personale
 - 3.7.1. Contesto multiculturale e multidisciplinare
 - 3.7.2. Gestione di team e del personale
 - 3.7.3. Coaching e rendimento del personale
 - 3.7.4. Riunioni di gestione: pianificazione e gestione del tempo
- 3.8. Gestione della conoscenza e del talento
 - 3.8.1. Identificazione della conoscenza e talento delle organizzazioni
 - 3.8.2. Modelli corporativi di gestione della conoscenza e del talento
 - 3.8.3. Creatività e innovazione

Modulo 4. Direzione economico-finanziaria

- 4.1. Contesto Economico
 - 4.1.1. Teoria delle organizzazioni
 - 4.1.2. Fattori chiave per il cambiamento nelle organizzazioni
 - 4.1.3. Strategie corporative, tipologie e gestione della conoscenza
- 4.2. Contabilità Direttiva
 - 4.2.1. Principi contabili internazionali
 - 4.2.2. Introduzione al ciclo contabile
 - 4.2.3. Bilanci aziendali d'esercizio
 - 4.2.4. Analisi dei rendiconti finanziari: processi decisionali
- 4.3. Bilancio di previsione e controllo di gestione
 - 4.3.1. Pianificazione del bilancio
 - 4.3.2. Controllo di gestione: struttura e obiettivi
 - 4.3.3. Supervisione e *reporting*
- 4.4. Responsabilità Sociale delle imprese
 - 4.4.1. Responsabilità fiscale aziendale
 - 4.4.2. Procedura fiscale: approccio a un caso di paese
- 4.5. Sistemi di controllo delle imprese
 - 4.5.1. Tipologie di controllo
 - 4.5.2. Adempimento normativo/*Compliance*
 - 4.5.3. Audit interno
 - 4.5.4. Audit esterno
- 4.6. Direzione finanziaria
 - 4.6.1. Introduzione alla direzione finanziaria
 - 4.6.2. Direzione finanziaria e strategia aziendale
 - 4.6.3. Direttivo finanziario o *Chief Financial Officer* (CFO): competenze direttive
- 4.7. Pianificazione finanziaria
 - 4.7.1. Modelli di business e necessità di finanziamento
 - 4.7.2. Strumenti di analisi finanziaria
 - 4.7.3. Pianificazione finanziaria a breve termine
 - 4.7.4. Pianificazione finanziaria a lungo termine
- 4.8. Strategia finanziaria aziendale
 - 4.8.1. Investimenti finanziari aziendali
 - 4.8.2. Crescita strategica: tipologie

- 4.9. Contesto macroeconomico
 - 4.9.1. Analisi macroeconomica
 - 4.9.2. Indicatori di congiuntura
 - 4.9.3. Ciclo economico
- 4.10. Finanziamento strategico
 - 4.10.1. Business bancario: ambiente attuale
 - 4.10.2. Analisi e gestione del rischio
- 4.11. Mercati monetari e di capitali
 - 4.11.1. Mercato a reddito fisso
 - 4.11.2. Mercato a reddito variabile
 - 4.11.3. Valutazione di imprese
- 4.12. Analisi e risoluzione di casi/problemi
 - 4.12.1. Metodologia di risoluzione dei problemi
 - 4.12.2. Metodo del caso

Modulo 5. Direzione di operazioni e logistica

- 5.1. Direzione delle operazioni
 - 5.1.1. Definire la strategia delle operazioni
 - 5.1.2. Pianificazione e controllo della catena di fornitura
 - 5.1.3. Sistema di indicatori
- 5.2. Direzione di acquisti
 - 5.2.1. Gestione di Stock
 - 5.2.2. Gestione di magazzini
 - 5.2.3. Gestione di acquisti e rifornimento
- 5.3. *Supply chain management* (1)
 - 5.3.1. Costi ed efficienza della catena di operazioni
 - 5.3.2. Cambiamento nei modelli della domanda
 - 5.3.3. Cambiamento nella strategia delle operazioni
- 5.4. *Supply chain management* (2). Esecuzione
 - 5.4.1. *Lean Manufacturing/lean Thinking*
 - 5.4.2. Direzione logistica
 - 5.4.3. Acquisti

- 5.5. Processi logistici
 - 5.5.1. Organizzazione e gestione mediante processi
 - 5.5.2. Fornitura, produzione, distribuzione
 - 5.5.3. Qualità, costi di qualità e strumenti
 - 5.5.4. Servizio di assistenza post-vendita
 - 5.6. Logistica e clienti
 - 5.6.1. Analisi della domanda e previsione
 - 5.6.2. Previsione e pianificazione di vendite
 - 5.6.3. *Collaborative planning forecasting & replacement*
 - 5.7. Logistica internazionale
 - 5.7.1. Dogane, processi di esportazione e importazione
 - 5.7.2. Modi e mezzi di pagamento internazionale
 - 5.7.3. Piattaforme logistiche a livello internazionale
 - 5.8. Competere dalle operazioni
 - 5.8.1. L'innovazione nelle operazioni come vantaggio competitivo nell'azienda
 - 5.8.2. Tecnologie e scienze emergenti
 - 5.8.3. Sistemi informativi nelle operazioni
- Modulo 6. Direzione dei sistemi informativi**
- 6.1. Direzione di sistemi informativi
 - 6.1.1. Sistemi di informazione aziendale
 - 6.1.2. Decisioni strategiche
 - 6.1.3. Ruolo del CIO
 - 6.2. Tecnologie dell'informazione e strategia aziendale
 - 6.2.1. Analisi aziendale e settori industriali
 - 6.2.2. Modelli di business basati su Internet
 - 6.2.3. Il valore di IT nell'azienda
 - 6.3. Pianificazione strategica di SI
 - 6.3.1. Il processo di pianificazione strategica
 - 6.3.2. Formulazione della strategia di SI
 - 6.3.3. Piano di introduzione della strategia
 - 6.4. Sistemi informativi e *Business intelligence*
 - 6.4.1. CRM e *Business Intelligence*
 - 6.4.2. Gestione di progetti di *Business Intelligence*
 - 6.4.3. Architettura di *Business Intelligence*
 - 6.5. Nuovi modelli di business basati sulla TIC
 - 6.5.1. Modelli di business di base tecnologica
 - 6.5.2. Capacità per innovare
 - 6.5.3. Ridisegno dei processi della catena di valore
 - 6.6. E-commerce
 - 6.6.1. Piano strategico di e-commerce
 - 6.6.2. Gestione logistica e assistenza al cliente nell'e-commerce
 - 6.6.3. *E-commerce* come opportunità di Internazionalizzazione
 - 6.7. Strategie di e-business
 - 6.7.1. Strategie nei *social media*
 - 6.7.2. Ottimizzazione dei canali di servizio e supporto al cliente
 - 6.7.3. Regolazione digitale
 - 6.8. *Digital business*
 - 6.8.1. *Mobile e-commerce*
 - 6.8.2. Progettazione e fruibilità
 - 6.8.3. Operazioni dell'e-commerce

Modulo 7. Direzione commerciale, marketing e comunicazione aziendale

- 7.1. Direzione Commerciale
 - 7.1.1. Direzione di vendite
 - 7.1.2. Strategia commerciale
 - 7.1.3. Tecniche di vendita e di negoziazione
 - 7.1.4. Direzione di team di vendite
- 7.2. Marketing
 - 7.2.1. Marketing e impatto aziendale
 - 7.2.2. Varianti di base di marketing
 - 7.2.3. Piano di digital marketing
- 7.3. Gestione strategica di marketing
 - 7.3.1. Tendenze attuali nel marketing
 - 7.3.2. Strumenti di marketing
 - 7.3.4. Strategia di marketing e comunicazione con i clienti
- 7.4. Strategia di digital marketing
 - 7.4.1. Approccio al digital Marketing
 - 7.4.2. Strumenti di digital marketing
 - 7.4.3. *Inbound marketing* ed evoluzione del marketing online
- 7.5. Strategia di vendita e comunicazione
 - 7.5.1. Posizionamento e promozione
 - 7.5.2. Pubbliche relazioni
 - 7.5.3. Strategia di vendita e comunicazione
- 7.6. Comunicazione aziendale
 - 7.6.1. Comunicazione interna ed esterna
 - 7.6.2. Dipartimento di comunicazione
 - 7.6.3. Responsabili della comunicazione (DIRCOM): competenze manageriali e responsabilità
- 7.7. Strategia di comunicazione aziendale
 - 7.7.1. Strategia aziendale di comunicazione
 - 7.7.2. Piano di comunicazione
 - 7.7.3. Redazione di comunicati stampa/ *Clipping* / *Publicity*

Modulo 8. Innovazione e gestione di progetti

- 8.1. Innovazione
 - 8.1.1. Macro-concetto di innovazione
 - 8.1.2. Tipologie di innovazione
 - 8.1.3. Innovazione continua e discontinua
 - 8.1.4. Educazione e innovazione
- 8.2. Strategia di innovazione
 - 8.2.1. Innovazione e strategia aziendale
 - 8.2.2. Progetto globale di Innovazione: progettazione e gestione
 - 8.2.3. Seminari di innovazione
- 8.3. Progettazione e verifica del modello di business
 - 8.3.1. Metodologia *Lean Startup*
 - 8.3.2. Iniziativa di business innovatore: fasi
 - 8.3.3. Modalità di finanziamento
 - 8.3.4. Strumenti del modello: mappa di empatia, modello canvas e metriche
 - 8.3.5. Crescita e fidelizzazione
- 8.4. Direzione e gestione di progetti
 - 8.4.1. Opportunità di innovazione
 - 8.4.2. Studio di viabilità e concretizzazione delle proposte
 - 8.4.3. Definizione e ideazione di progetti
 - 8.4.4. Realizzazione dei progetti
 - 8.4.5. Chiusura dei progetti

Modulo 9. Giornalismo culturale

- 9.1. Il giornalismo culturale nei media convenzionali e la sua integrazione nel mondo digitale
- 9.2. L'arte di raccontare storie
- 9.3. Guide essenziali alla documentazione giornalistica culturale
- 9.4. La filosofia 3.0 della comunicazione
- 9.5. Gestione dei media e dei social media
- 9.6. Contenuto giornalistico interattivo
- 9.7. I paradigmi della comunicazione
- 9.8. Posizionamento web: SEO, SEM, SMO, SMM, SERM Contenuti giornalistici specializzati
- 9.9. Analisi della cultura
- 9.10. Cybercultura e giornalismo digitale di contenuti culturali

Modulo 10. Teoria e tecnica della produzione

- 10.1. La Realizzazione come costruzione dell'opera audiovisiva Il lavoro di squadra
 - 10.1.1. Dalla sceneggiatura letteraria al copione tecnico o scaletta
 - 10.1.2. Il lavoro di squadra
- 10.2. Gli elementi dell'impostazione dello schermo I materiali di costruzione
 - 10.2.1. Pre-adattamento spaziale Direzione artistica
 - 10.2.2. Gli elementi della messa in scena sullo schermo
- 10.3. Pre-produzione I documenti di produzione
 - 10.3.1. Copione tecnico
 - 10.3.2. Il piano scenografico
 - 10.3.3. *Lo storyboard*
 - 10.3.4. Pianificare
 - 10.3.5. Il piano delle riprese
- 10.4. Il valore espressivo del suono
 - 10.4.1. Tipologia degli elementi sonori
 - 10.4.2. Costruzione dello spazio sonoro
- 10.5. Il valore espressivo della luce
 - 10.5.1. valore espressivo della luce
 - 10.5.2. Tecniche di Illuminazione di base

- 10.6. Tecniche basiche di ripresa con una sola telecamera
 - 10.6.1. Usi e tecniche di ripresa con una sola telecamera
 - 10.6.2. Il sottogenere del *found footage* Fiction e documentari
 - 10.6.3. Produzione con una sola telecamera in televisione
- 10.7. Il montaggio
 - 10.7.1. Il montaggio come assemblaggio La ricostruzione spazio-temporale
 - 10.7.2. Tecniche di assemblaggio non lineare
- 10.8. Post-produzione e color grading
 - 10.8.1. Post-produzione
 - 10.8.2. Concetto di montaggio verticale
 - 10.8.3. Clolor grading
- 10.9. I formati e il team di implementazione
 - 10.9.1. Formati multi-camera
 - 10.9.2. Lo studio e il team
- 10.10. Chiavi, tecniche e routine nelle riprese multicamera
 - 10.10.1. Tecniche multi-camera
 - 10.10.2. Alcuni formati comuni

Modulo 11. Struttura del sistema audiovisivo

- 11.1. Un'introduzione alle industrie culturali (I.C.)
 - 11.1.1. Concetti di cultura Cultura-Comunicazione
 - 11.1.2. Teoria ed evoluzione dell'I.C.: tipologia e modelli
- 11.2. Industria cinematografica
 - 11.2.1. Caratteristiche e fattori principali
 - 11.2.2. Struttura del sistema cinematografico
- 11.3. Industria cinematografica II
 - 11.3.1. L'industria cinematografica statunitense
 - 11.3.2. Società di produzione indipendenti
 - 11.3.3. Problemi e dibattiti nell'industria cinematografica
- 11.4. Industria cinematografica
 - 11.4.1. La regolamentazione del film: Stato e cultura Politiche di protezione e promozione del cinema
 - 11.4.2. Caso di studio

- 11.5. Industria televisiva I
 - 11.5.1. La televisione economica
 - 11.5.2. Modelli fondatori
 - 11.5.3. Trasformazioni
- 11.6. Industria televisiva II
 - 11.6.1. L'industria televisiva statunitense
 - 11.6.2. Caratteristiche principali
 - 11.6.3. La regolamentazione statale
- 11.7. Industria televisiva III
 - 11.7.1. La televisione pubblica in Europa
 - 11.7.2. Crisi e dibattiti
- 11.8. Gli assi del cambiamento
 - 11.8.1. Nuovi processi nel settore audiovisivo
 - 11.8.2. Dibattiti normativi
- 11.9. Televisione digitale terrestre (DTT)
 - 11.9.1. Ruolo dello Stato ed esperienze
 - 11.9.2. Le nuove caratteristiche del sistema televisivo
- 11.10. Nuovi attori nel panorama audiovisivo
 - 11.10.1. Piattaforme di servizi OTT (Over-the-Top)
 - 11.10.2. Conseguenze del loro emergere

Modulo 12. Produzione audiovisiva

- 12.1. La produzione audiovisiva
 - 12.1.1. Concetti introduttivi
 - 12.1.2. L'industria audiovisiva
- 12.2. La squadra di produzione
 - 12.2.1. I professionisti
 - 12.2.2. Il produttore e la sceneggiatura
- 12.3. Il progetto audiovisivo
 - 12.3.1. Gestione dei progetti
 - 12.3.2. Valutazione del progetto
 - 12.3.3. Presentazione dei progetti
- 12.4. Modalità di produzione e finanziamento
 - 12.4.1. Finanziamento della produzione audiovisiva
 - 12.4.2. Modalità di produzione audiovisiva
 - 12.4.3. Risorse per il prefinanziamento
- 12.5. Il team di produzione e la ripartizione della sceneggiatura
 - 12.5.1. La squadra di produzione
 - 12.5.2. La ripartizione della sceneggiatura
- 12.6. I luoghi delle riprese
 - 12.6.1. I luoghi
 - 12.6.2. I set
- 12.7. Il cast e i contratti di ripresa
 - 12.7.1. Il cast o casting
 - 12.7.2. La prova del casting
 - 12.7.3. Contratti, diritti e assicurazioni
- 12.8. Il piano di lavoro e il bilancio dell'opera audiovisiva
 - 12.8.1. Il piano di lavoro
 - 12.8.2. Il preventivo
- 12.9. Produzione in riprese o registrazioni
 - 12.9.1. Preparazione delle riprese
 - 12.9.2. Il cast e le apparecchiature di ripresa
- 12.10. Post-produzione e bilancio finale dell'opera audiovisiva
 - 12.10.1. Montaggio e post-produzione
 - 12.10.2. Bilancio finale e sfruttamento

Modulo 13. Creazione di fiction e direzione degli attori

- 13.1. La realizzazione di fiction
 - 13.1.1. Introduzione
 - 13.1.2. Il processo e le sue strumentazioni
- 13.2. L'ottica e la macchina fotografica
 - 13.2.1. Ottica e inquadratura
 - 13.2.2. Movimento della macchina da presa
 - 13.2.3. Continuità
- 13.3. Luce e colore: aspetti teorici
 - 13.3.1. Esposizione
 - 13.3.2. Teoria del colore
- 13.4. L'illuminazione nel cinema
 - 13.4.1. Strumenti
 - 13.4.2. L'illuminazione come narrativa
- 13.5. Ottica e colore
 - 13.5.1. Controllo del colore
 - 13.5.2. Ottica
 - 13.5.3. Il controllo dell'immagine
- 13.6. Il lavoro sul set
 - 13.6.1. La lista dei piani
 - 13.6.2. Le apparecchiature e le loro funzioni
- 13.7. Questioni tecniche nella regia cinematografica
 - 13.7.1. Risorse tecniche
- 13.8. La visione dei direttori
 - 13.8.1. I direttori prendono la parola
- 13.9. Trasformazioni digitali
 - 13.9.1. Trasformazioni analogico-digitali nella fotografia cinematografica
 - 13.9.2. Il regno della post-produzione digitale
- 13.10. Dirigere gli attori
 - 13.10.1. Introduzione
 - 13.10.2. Metodi e tecniche principali
 - 13.10.3. Il lavoro con gli attori

Modulo 14. Industrie culturali e nuovi modelli di business della comunicazione

- 14.1. I concetti di cultura, economia, comunicazione, tecnologia e IC
 - 14.1.1. Cultura, economia e comunicazione
 - 14.1.2. Le industrie culturali
- 14.2. Tecnologia, comunicazione e cultura
 - 14.2.1. La cultura artigianale commercializzata
 - 14.2.2. Dallo spettacolo dal vivo alle arti visive
 - 14.2.3. Musei e patrimoni
- 14.3. I grandi settori dell'industria culturale
 - 14.3.1. I prodotti editoriali
 - 14.3.2. Gli informatori del flusso
 - 14.3.3. I modelli ibridi
- 14.4. L'era digitale nelle industrie culturali
 - 14.4.1. Le industrie culturali digitali
 - 14.4.2. Nuovi modelli nell'era digitale
- 14.5. Media digitali e media nell'era digitale
 - 14.5.1. Il business della stampa online
 - 14.5.2. La radio nell'ambiente digitale
 - 14.5.3. Particolarità dei mezzi di comunicazione nell'era digitale
- 14.6. Globalizzazione e diversità nella cultura
 - 14.6.1. Concentrazione, internazionalizzazione e globalizzazione delle industrie culturali
 - 14.6.2. La lotta per la diversità culturale
- 14.7. Politiche culturali e cooperazione
 - 14.7.1. Politiche culturali
 - 14.7.2. Il ruolo degli Stati e delle regioni dei paesi
- 14.8. La diversità musicale sui cloud
 - 14.8.1. Il settore musicale oggi
 - 14.8.2. Il cloud
 - 14.8.3. Iniziative latino/latino-americane

- 14.9. Diversità nell'industria audiovisiva
 - 14.9.1. Dal pluralismo alla diversità
 - 14.9.2. Diversità, cultura e comunicazione
 - 14.9.3. Conclusioni e proposte
- 14.10. Diversità audiovisiva su Internet
 - 14.10.1. Il sistema audiovisivo nell'era di internet
 - 14.10.2. Offerta televisiva e diversità
 - 14.10.3. Conclusioni

Modulo 15. Gestione e promozione di prodotti audiovisivi

- 15.1. La distribuzione audiovisiva
 - 15.1.1. Introduzione
 - 15.1.2. Attori della distribuzione
 - 15.1.3. I prodotti del marketing
 - 15.1.4. Aree di distribuzione audiovisiva
 - 15.1.5. Distribuzione nazionale
 - 15.1.6. Distribuzione internazionale
- 15.2. La società di distribuzione
 - 15.2.1. La struttura organizzativa
 - 15.2.2. La negoziazione del contratto di distribuzione
 - 15.2.3. I clienti internazionali
- 15.3. Finestre operative, contratti e vendite internazionali
 - 15.3.1. Finestre operative
 - 15.3.2. Contratti di distribuzione internazionale
 - 15.3.3. Le vendite internazionali
- 15.4. Marketing cinematografico
 - 15.4.1. Il marketing nel cinema
 - 15.4.2. La catena del valore della produzione cinematografica
 - 15.4.3. I mezzi pubblicitari al servizio della promozione
 - 15.4.4. Strumenti di lancio
- 15.5. Ricerche di mercato nel cinema
 - 15.5.1. Introduzione
 - 15.5.2. Fase di pre-produzione
 - 15.5.3. Fase di post-produzione
 - 15.5.4. Fase di marketing

- 15.6. Reti sociali e promozione del film
 - 15.6.1. Introduzione
 - 15.6.2. Promesse e limiti delle reti sociali
 - 15.6.3. Gli obiettivi e la loro valutazione
 - 15.6.4. Calendario e strategie di promozione
 - 15.6.5. Interpretare ciò che dicono i social media
- 15.7. Distribuzione audiovisiva su Internet I
 - 15.7.1. Il nuovo mondo della distribuzione audiovisiva
 - 15.7.2. Il processo di distribuzione su internet
 - 15.7.3. Prodotti e possibilità nel nuovo scenario
 - 15.7.4. Nuovi modi di distribuzione
- 15.8. Distribuzione audiovisiva su Internet II
 - 15.8.1. Chiavi del nuovo scenario
 - 15.8.2. I pericoli di distribuzione su internet
 - 15.8.3. Video On Demand (VOD) come nuova finestra di distribuzione
- 15.9. Nuovi spazi per la distribuzione
 - 15.9.1. Introduzione
 - 15.9.2. La rivoluzione di Netflix
- 15.10. I festival del cinema
 - 15.10.1. Introduzione
 - 15.10.2. Il ruolo dei festival cinematografici nella distribuzione e nell'esposizione

Modulo 16. Generi, formati e programmazione televisiva

- 16.1. Il genere in televisione
 - 16.1.1. Introduzione
 - 16.1.2. Generi televisivi
- 16.2. Il format in televisione
 - 16.2.1. Approccio al concetto di format
 - 16.2.2. I format televisivi
- 16.3. Fare televisione
 - 16.3.1. Il processo creativo nell'intrattenimento
 - 16.3.2. Il processo creativo nella fiction

- 16.4. Evoluzione dei format nell'attuale mercato internazionale I
 - 16.4.1. Consolidamento del format
 - 16.4.2. Il format della realtà televisiva
 - 16.4.3. Cosa c'è di nuovo nel Reality TV
 - 16.4.4. La tv digitale terrestre e la crisi finanziaria
- 16.5. Evoluzione dei format nell'attuale mercato internazionale II
 - 16.5.1. Mercati emergenti
 - 16.5.2. Marchi globali
 - 16.5.3. La televisione si reinventa
 - 16.5.4. L'era della globalizzazione
- 16.6. Vendere il format II *pitching*
 - 16.6.1. Vendita di un format televisivo
 - 16.6.2. Il *pitching*
- 16.7. Introduzione alla programmazione televisiva
 - 16.7.1. Il ruolo della programmazione
 - 16.7.2. Fattori che influenzano la programmazione
- 16.8. Modelli di programmazione televisiva
 - 16.8.1. Stati Uniti e Regno Unito
 - 16.8.2. Spagna
- 16.9. La pratica professionale della programmazione televisiva
 - 16.9.1. Il dipartimento di programmazione
 - 16.9.2. Programmazione per la televisione
- 16.10. Analisi del pubblico
 - 16.10.1. Ricerca del pubblico in televisione
 - 16.10.2. Concetti e valutazioni del pubblico

Modulo 17. Pubblico audiovisivo

- 17.1. Il pubblico dei media audiovisivi
 - 17.1.1. Introduzione
 - 17.1.2. La costituzione del pubblico
- 17.2. Lo studio del pubblico: le tradizioni I
 - 17.2.1. Teoria degli effetti
 - 17.2.2. Teoria degli usi e delle gratificazioni
 - 17.2.3. Studi culturali
- 17.3. Lo studio del pubblico: le tradizioni II
 - 17.3.1. Studi sulla ricezione
 - 17.3.2. Il pubblico verso gli studi umanistici
- 17.4. Il pubblico da una prospettiva economica
 - 17.4.1. Introduzione
 - 17.4.2. La valutazione del pubblico
- 17.5. Teorie della ricezione
 - 17.5.1. Introduzione alle teorie della ricezione
 - 17.5.2. Approccio storico agli studi sulla ricezione
- 17.6. Il pubblico nel mondo digitale
 - 17.6.1. Ambiente digitale
 - 17.6.2. Comunicazione e cultura della convergenza
 - 17.6.3. La natura attiva del pubblico
 - 17.6.4. Interattività e partecipazione
 - 17.6.5. Il carattere transnazionale del pubblico
 - 17.6.6. Il pubblico frammentato
 - 17.6.7. La valutazione del pubblico
- 17.7. Audizioni: le domande essenziali I
 - 17.7.1. Introduzione
 - 17.7.2. Chi sono?
 - 17.7.3. Perché consumano?
- 17.8. Pubblico: le domande essenziali II
 - 17.8.1. Chi consuma?
 - 17.8.2. Come consumano?
 - 17.8.3. Con quale risultato?
- 17.9. Il modello di *engagement* I
 - 17.9.1. L'impegno come meta-dimensione del comportamento del pubblico
 - 17.9.2. La complessa valutazione dell'*engagement*
- 17.10. Il modello di *engagement* II
 - 17.10.1. Introduzione Le dimensioni dell'*engagement*
 - 17.10.2. L'*engagement* e le esperienze degli utenti
 - 17.10.3. L'*engagement* come risposta emotiva del pubblico
 - 17.10.4. L'*engagement* come risultato della cognizione umana
 - 17.10.5. Comportamenti osservabili del pubblico come espressione de ll'*engagement*

Modulo 18. Sceneggiatura televisiva: programmi e fiction

- 18.1. La narrazione televisiva
 - 18.1.1. Concetti e limiti
 - 18.1.2. Codici e strutture
- 18.2. Categorie narrative in televisione
 - 18.2.1. Lenunciazione
 - 18.2.2. Personaggi
 - 18.2.3. Azioni e trasformazioni
 - 18.2.4. Lo spazio
 - 18.2.5. Il tempo
- 18.3. Generi e format televisivi
 - 18.3.1. Unità narrative
 - 18.3.2. Generi e format televisivi
- 18.4. Format di fiction
 - 18.4.1. La fiction televisiva
 - 18.4.2. Sitcom
 - 18.4.3. Le serie drammatiche
 - 18.4.4. La soap opera
 - 18.4.5. Altri formati
- 18.5. Sceneggiature di fiction in televisione
 - 18.5.1. Introduzione
 - 18.5.2. La tecnica
- 18.6. Il dramma in televisione
 - 18.6.1. Le serie drammatiche
 - 18.6.2. La soap opera
- 18.7. Le serie di commedie
 - 18.7.1. Introduzione
 - 18.7.2. La sitcom
- 18.8. Il copione di intrattenimento
 - 18.8.1. Copione passo dopo passo
 - 18.8.2. Scrivere per raccontare
- 18.9. Scrittura della sceneggiatura di intrattenimento
 - 18.9.1. Riunione di sceneggiatura
 - 18.9.2. Sceneggiatura tecnica
 - 18.9.3. Suddivisione della produzione
 - 18.9.4. La scaletta
- 18.10. Progettazione della sceneggiatura di intrattenimento
 - 18.10.1. Magazine
 - 18.10.2. Programma di commedia
 - 18.10.3. *Talent Show*
 - 18.10.4. Documentari
 - 18.10.5. Altri formati



“

Segui un corso accademico di alta qualità che sarà fondamentale per il tuo sviluppo professionale nel campo dell'audiovisivo"

06

Metodologia

Questo programma ti offre un modo differente di imparare. La nostra metodologia si sviluppa in una modalità di apprendimento ciclico: ***il Relearning***.

Questo sistema di insegnamento viene applicato nelle più prestigiose facoltà di medicina del mondo ed è considerato uno dei più efficaci da importanti pubblicazioni come il ***New England Journal of Medicine***.



“

Scopri il Relearning, un sistema che abbandona l'apprendimento lineare convenzionale, per guidarti attraverso dei sistemi di insegnamento ciclici: una modalità di apprendimento che ha dimostrato la sua enorme efficacia, soprattutto nelle materie che richiedono la memorizzazione”

In TECH applichiamo il Metodo Casistico

Il nostro programma offre un metodo rivoluzionario per sviluppare abilità e conoscenze. Il nostro obiettivo è quello di rafforzare le competenze in un contesto mutevole, competitivo e altamente esigente.

“

Grazie a TECH potrai sperimentare un modo di imparare che sta scuotendo le fondamenta delle università tradizionali di tutto il mondo"



Siamo la prima Università online spagnola che combina lo studio di casi della Harvard Business School con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione.



Lo studente imparerà la risoluzione di situazioni complesse in ambienti aziendali reali attraverso attività collaborative e casi reali.

Un metodo di apprendimento innovativo e differente

Questo programma intensivo di Design di TECH Università Tecnologica ti prepara ad affrontare tutte le sfide di questo settore, sia a livello nazionale che internazionale.

Ci impegniamo a favorire la crescita personale e professionale, il miglior modo di incamminarsi verso il successo; per questo, TECH, utilizza i *case di studio* di Harvard Business School, con cui abbiamo un accordo strategico che ci permette di avvicinare i nostri studenti ai materiali della migliore Università del mondo.

“

Il nostro programma ti prepara ad affrontare nuove sfide in ambienti incerti e a raggiungere il successo nella tua carriera”

Il Metodo casistico è stato il sistema di apprendimento più usato nelle migliori facoltà del mondo. Sviluppato nel 1912 affinché gli studenti di Diritto non imparassero solo la legge sulla base del contenuto teorico, il Metodo Casistico consisteva nel presentare situazioni reali complesse per far prendere loro decisioni e giudicare come risolverle.

Nel 1924 fu stabilito come metodo di insegnamento standard ad Harvard.

Cosa dovrebbe fare un professionista per affrontare una determinata situazione? Questa è la domanda con cui ci confrontiamo nel metodo casistico, un metodo di apprendimento orientato all'azione. Durante il programma, gli studenti si confronteranno con diversi casi reali. Dovranno integrare tutte le loro conoscenze, effettuare ricerche, argomentare e difendere le proprie idee e decisioni.

Metodologia Relearning

La nostra università è la prima al mondo a coniugare lo *studio di casi clinici* con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione e che combina un minimo di 8 elementi diversi in ogni lezione.

TECH perfeziona il *metodo casistico* di Harvard con la migliore metodologia di insegnamento del momento, 100% online: il Relearning.

Nel 2019 abbiamo ottenuto i migliori risultati di apprendimento di tutte le Università online in lingua spagnola del mondo.

In TECH imparerai con una metodologia all'avanguardia progettata per formare i manager del futuro. Questo metodo, all'avanguardia della pedagogia mondiale, si chiama Relearning.

La nostra Università è l'unica scuola di lingua spagnola autorizzata ad usare questo metodo di successo. Nel 2019 siamo riusciti a migliorare il livello di soddisfazione generale dei nostri studenti (qualità dell'insegnamento, qualità dei materiali, struttura del corso, obiettivi) rispetto agli indicatori della migliore università online.

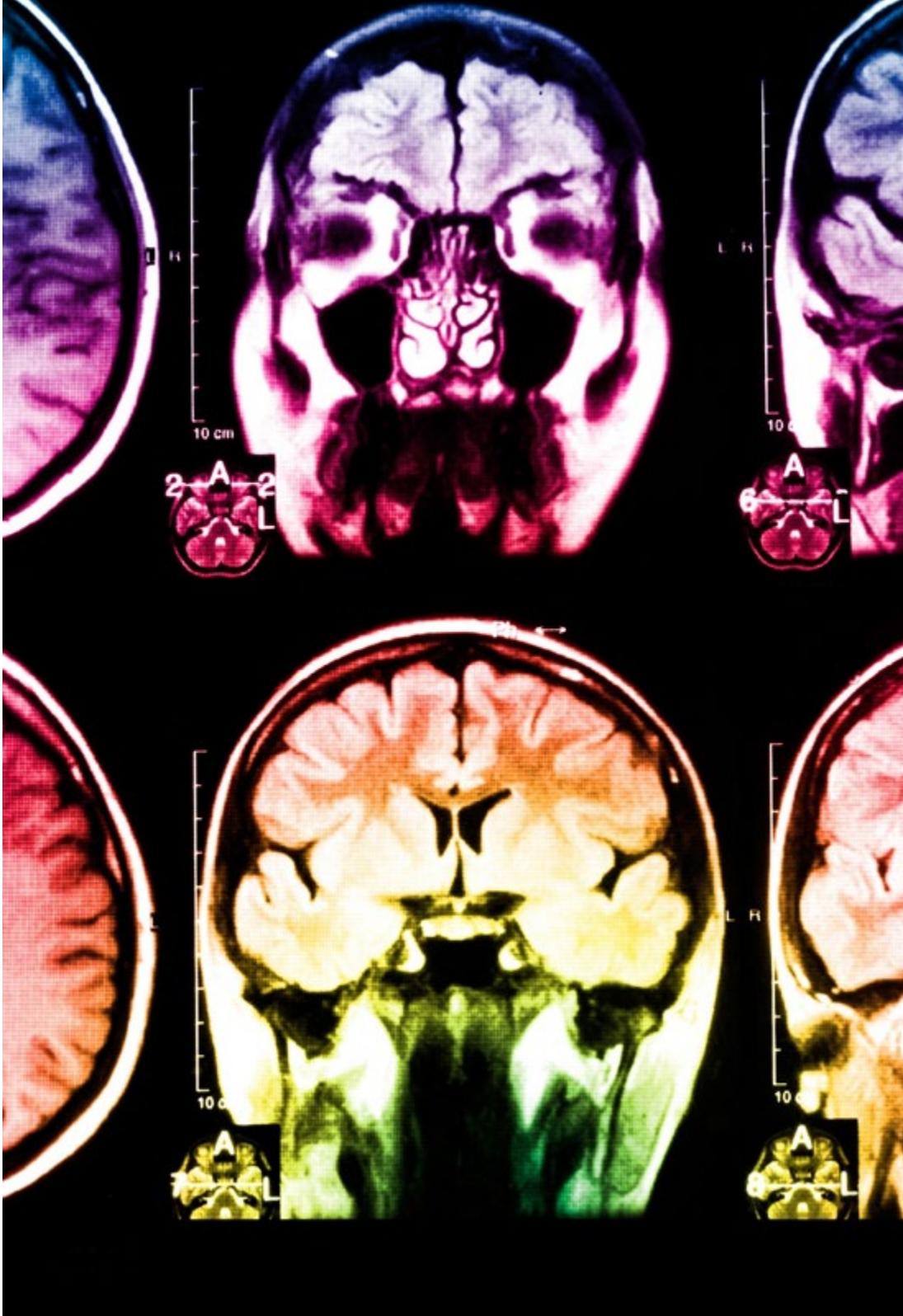


Nel nostro programma, l'apprendimento non è un processo lineare, ma avviene in spirale (impariamo, disimpariamo, dimentichiamo e re-impariamo). Pertanto, combiniamo ciascuno di questi elementi in modo concentrico. Con questa metodologia abbiamo formato oltre 650.000 laureati con un successo senza precedenti, in ambiti molto diversi come la biochimica, la genetica, la chirurgia, il diritto internazionale, le competenze manageriali, le scienze sportive, la filosofia, il diritto, l'ingegneria, il giornalismo, la storia, i mercati e gli strumenti finanziari. Tutto questo in contesto molto esigente, con un corpo di studenti universitari di alto profilo socioeconomico e un'età media di 43,5 anni.

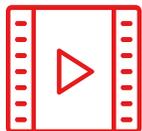
Il Relearning ti permetterà di apprendere con meno sforzo e maggior rendimento, impegnandoti maggiormente nella tua specializzazione, sviluppando uno spirito critico, difendendo gli argomenti e contrastando le opinioni: un'equazione che punta direttamente al successo.

Dalle ultime evidenze scientifiche nel campo delle neuroscienze, non solo sappiamo come organizzare le informazioni, le idee, le immagini e i ricordi, ma sappiamo che il luogo e il contesto in cui abbiamo imparato qualcosa è fondamentale per la nostra capacità di ricordarlo e immagazzinarlo nell'ippocampo, per conservarlo nella nostra memoria a lungo termine.

In questo modo, e in quello che si chiama Neurocognitive Context-dependent E-learning, i diversi elementi del nostro programma sono collegati al contesto in cui il partecipante sviluppa la sua pratica professionale.



Questo programma offre i migliori materiali didattici, preparati appositamente per i professionisti:



Materiali di studio

Tutti i contenuti didattici sono creati appositamente per il corso dagli specialisti che lo impartiranno, per fare in modo che lo sviluppo didattico sia davvero specifico e concreto.

Questi contenuti sono poi applicati al formato audiovisivo che supporterà la modalità di lavoro online di TECH. Tutto questo, con le ultime tecniche che offrono componenti di alta qualità in ognuno dei materiali che vengono messi a disposizione dello studente.



Master class

Esistono prove scientifiche sull'utilità dell'osservazione di terzi esperti.

La denominazione "Learning from an Expert" rafforza le conoscenze e i ricordi e genera sicurezza nel futuro processo decisionale.



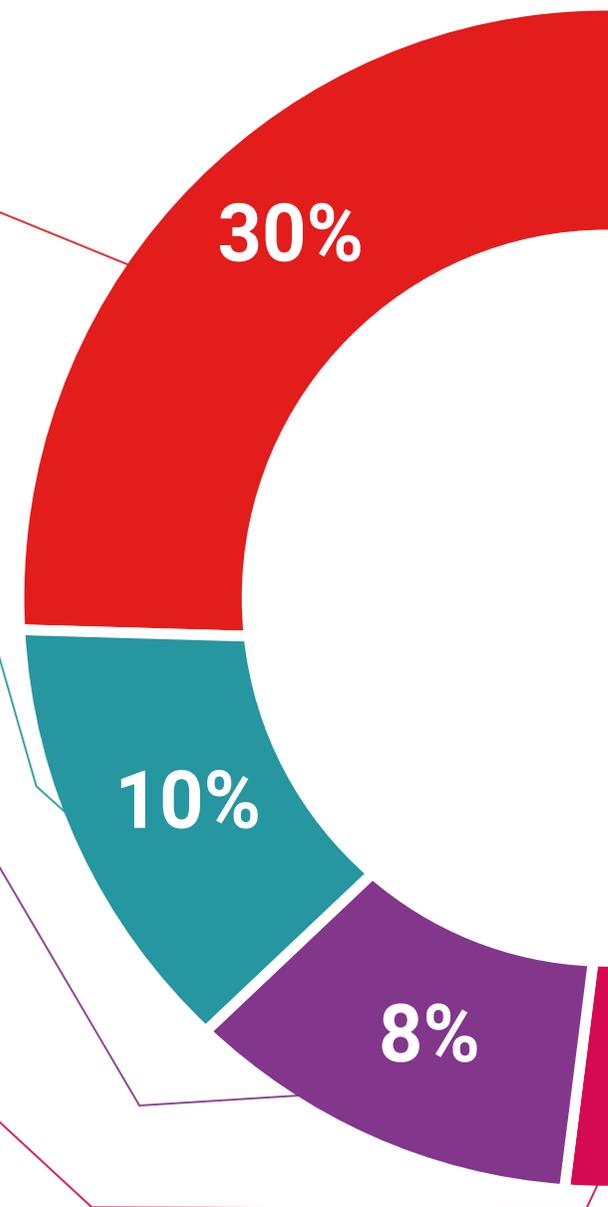
Pratiche di abilità e competenze

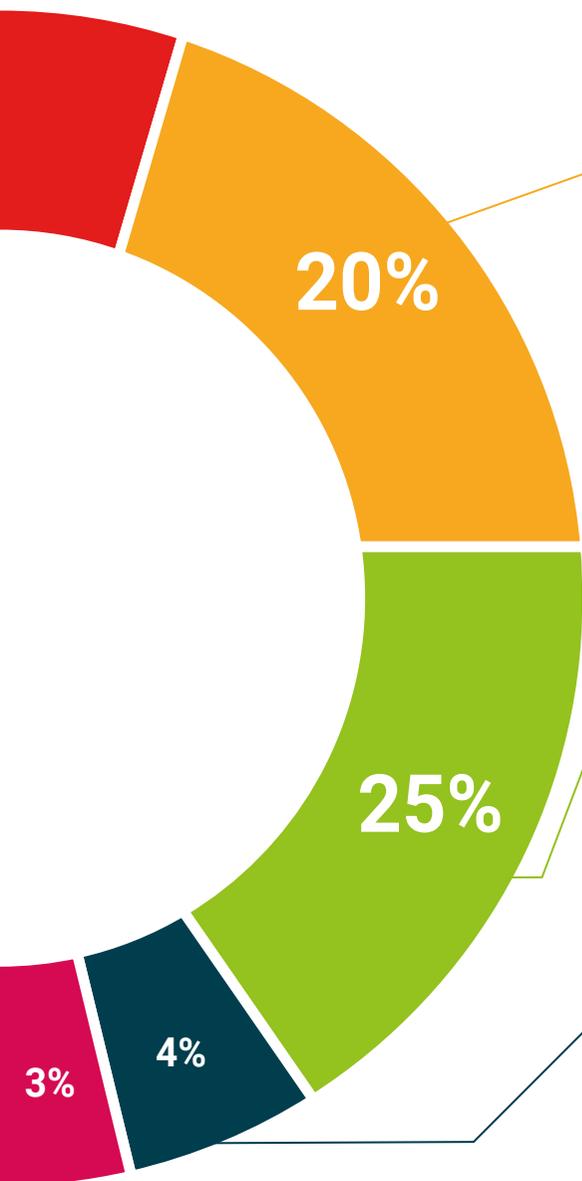
Realizzerai attività per sviluppare competenze e capacità specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che uno specialista deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



Lecture complementari

Articoli recenti, documenti di consenso e linee guida internazionali, tra gli altri. Nella biblioteca virtuale di TECH potrai accedere a tutto il materiale necessario per completare la tua formazione.





Casi di Studio

Completerai una selezione dei migliori casi di studio della materia utilizzati ad Harvard. Casi presentati, analizzati e monitorati dai migliori specialisti del panorama internazionale.



Riepiloghi interattivi

Il team di TECH presenta i contenuti in modo accattivante e dinamico in pillole multimediali che includono audio, video, immagini, diagrammi e mappe concettuali per consolidare la conoscenza.

Questo esclusivo sistema di formazione per la presentazione di contenuti multimediali è stato premiato da Microsoft come "Caso di successo in Europa".



Testing & Retesting

Valutiamo e rivalutiamo periodicamente le tue conoscenze durante tutto il programma con attività ed esercizi di valutazione e di autovalutazione, affinché tu possa verificare come raggiungi progressivamente i tuoi obiettivi.



07 Titolo

Il Master Specialistico in Senior Audiovisual Industry Management, oltre alla formazione più rigorosa e aggiornata, l'accesso al Master rilasciato dalla TECH Università Tecnologica.



“

Completa con successo questo programma e ricevi il tuo diploma universitario senza spostamenti o fastidiose formalità”

Questo **Master Specialistico in Senior Audiovisual Industry Management** possiede il programma più completo e aggiornato presente sul mercato.

Dopo aver superato le valutazioni, lo studente riceverà, mediante lettera certificata* con ricevuta di ritorno, il suo corrispondente titolo **Master Specialistico** rilasciato da **TECH Università Tecnologica**.

Il titolo rilasciato da **TECH Università Tecnologica** indica la qualifica ottenuta nel Master Specialistico e soddisfa i requisiti comunemente richiesti da borse di lavoro, concorsi e commissioni di valutazione di carriere professionali.

Titolo: **Master Specialistico in Senior Audiovisual Industry Management**

CFU: 120

N° Ore Ufficiali: **3.000 O.**

Corso	Insegnamento	CFU	Codice	Corso	Insegnamento	CFU	Codice
1°	Leadership, etica e CSR	5	OB	2°	Teoria e tecnica della produzione	7	OB
1°	Direzione strategica e management direzionale	5	OB	2°	Struttura del sistema audiovisivo	7	OB
1°	Direzione di persone e gestione del talento	5	OB	2°	Produzione audiovisiva	7	OB
1°	Direzione economico-finanziaria	7	OB	2°	Creazione di fiction e direzione degli attori	7	OB
1°	Direzione di operazioni e logistica	7	OB	2°	Industrie culturali e nuovi modelli di business della comunicazione	7	OB
1°	Direzione dei sistemi informativi	7	OB	2°	Gestione e promozione di prodotti audiovisivi	7	OB
1°	Direzione commerciale, marketing e comunicazione aziendale	7	OB	2°	Generi, formati e programmazione televisiva	7	OB
1°	Innovazione e gestione di progetti	7	OB	2°	Pubblico audiovisivo	7	OB
1°	Giornalismo culturale	7	OB	2°	Sceneggiatura televisiva: programmi e fiction	7	OB

*Apostille dell'Aia Se lo studente dovesse richiedere che il suo diploma cartaceo sia provvisto di Apostille dell'Aia, TECH EDUCATION effettuerà le gestioni opportune per ottenerla pagando un costo aggiuntivo

futuro
salute fiducia persone
educazione informazione tutor
garanzia accreditamento insegnamento
istituzioni tecnologia apprendimento
comunità impegno
attenzione personalizzata innovazione
conoscenza presente qualità
formazione online
sviluppo istituzioni
classe virtuale lingue

tech università
tecnológica

Master Specialistico
Senior Audiovisual
Industry Management

- » Modalità: online
- » Durata: 2 anni
- » Titolo: TECH Università Tecnológica
- » Dedizione: 16 ore/settimana
- » Orario: a scelta
- » Esami: online

Master Especialistico

Senior Audiovisual Industry Management

