

Mastère Avancé

Encadrement Supérieur des
Industries Audiovisuelles



tech université
technologique



Mastère Avancé

Encadrement Supérieur des Industries Audiovisuelles

Modalité: En ligne

Durée: 2 ans

Diplôme: TECH Université Technologique

120 ECTS

Heures de cours: 3.000 h.

Accès au site web: www.techtitute.com/design/mastere-avance/mastere-avance-encadrement-superieur-industries-audiovisuelles

Sommaire

01

Présentation

page 4

02

Objectifs

page 8

03

Compétences

page 12

04

Direction de la formation

page 20

05

Structure et contenu

page 16

06

Méthodologie

page 30

07

Diplôme

page 38

01

Présentation

Le secteur audiovisuel est fondamental dans différents domaines, car l'union de l'image et du son est le complément parfait de nombreuses créations. Dans le domaine du design, sa pertinence est de plus en plus importante, que ce soit dans la publicité ou dans la création de jeux vidéo, par exemple, où le format audiovisuel est indispensable. Sans aucun doute, les professionnels du design qui souhaitent se consacrer professionnellement à la gestion commerciale des entreprises audiovisuelles doivent trouver des programmes adaptés à leurs besoins, dans lesquels les connaissances des deux domaines se complètent. TECH, en tenant compte de cette nécessité, a créé un programme de haut niveau académique, qui sera fondamental pour votre développement professionnel et pour le succès de votre entreprise.



“

Les professionnels de la conception possédant une qualification supérieure en Encadrement Supérieur des Industries Audiovisuelles auront une occasion unique de se tailler une place dans un secteur hautement compétitif"

L'industrie audiovisuelle a connu une grande croissance au cours des dernières décennies. De nouveaux outils numériques et de nouveaux formats sont arrivés pour révolutionner le secteur et, bien qu'il semble que tout ait été fait, l'innovation continue d'être la base d'un domaine qui surprend chaque jour le public avec de nouvelles productions. Son importance est telle que ces productions audiovisuelles peuvent toucher pratiquement tous les citoyens et, grâce à la mondialisation et à l'avancée des réseaux, ces produits n'ont plus de limites physiques pour être consommés partout dans le monde. En conséquence, la contribution de cette industrie à l'économie mondiale est en augmentation.

La direction de ce type d'entreprises dans le secteur du design exige des connaissances spécifiques, c'est pourquoi de plus en plus de professionnels décident de s'inscrire dans des programmes et des universités de haut niveau pour améliorer leur formation et s'ouvrir un créneau dans un secteur où la concurrence est grande, ce qui exige des professionnels expérimentés mais surtout des connaissances supérieures dans le secteur. C'est en partant de ce principe que TECH a conçu un Mastère Avancé de haut niveau académique, qui comprend le meilleur d'un MBA et les concepts et stratégies spécifiques de l'industrie audiovisuelle. Ainsi, le programme couvre les principaux concepts de l'industrie audiovisuelle et de la culture, en étudiant le journalisme culturel et son fonctionnement. La partie technique acquiert également une section pertinente dans ce programme, se concentrant sur la réalisation des projets, menant l'étudiant de l'idée à la mise en scène. Une occasion unique d'apprendre la structure du système audiovisuel et la production de ce type de contenu, tout en étudiant les nouveaux genres et formats qui sont utilisés à la télévision.

Le programme combine également parfaitement les contenus théoriques et pratiques, en donnant à chacun l'importance qu'il mérite et en favorisant l'apprentissage contextuel, de telle sorte que les étudiants, tout en étudiant, sont confrontés à des cas qu'ils peuvent rencontrer dans des situations réelles. De même, l'un des principaux avantages de ce programme est qu'il sera étudié 100% en ligne, sans besoin de transferts ou d'horaires spécifiques, de sorte que les étudiants eux-mêmes pourront autogérer leurs études, planifier leurs horaires et leur rythme d'apprentissage, ce qui sera très utile pour pouvoir le combiner avec le reste de leurs obligations quotidiennes.

Ce **Mastère Avancé en Encadrement Supérieur des Industries Audiovisuelles** offre le programme scientifique le plus complet et le plus actuel du marché. Les principales caractéristiques de la formation sont:

- ◆ Le développement d'études de cas présentées par des experts en design
- ◆ Son contenu graphique, schématique et éminemment pratique est destiné à fournir des informations scientifiques et sanitaires sur les disciplines médicales indispensables à la pratique professionnelle
- ◆ Des exercices pratiques où le processus d'auto-évaluation est utilisé pour améliorer l'apprentissage
- ◆ Elle met l'accent sur les méthodologies innovantes dans la gestion des entreprises audiovisuelles
- ◆ Des cours théoriques, des questions à l'expert, des forums de discussion sur des sujets controversés et un travail de réflexion individuel
- ◆ La possibilité d'accéder aux contenus depuis tout appareil fixe ou portable doté d'une connexion à internet



L'industrie audiovisuelle ajoute une grande valeur au tissu des entreprises, de sorte que la bonne gestion des entreprises du secteur peut faire la différence entre le succès et l'échec"

“

TECH est une université du 21ème siècle et, pour cette raison, elle s'engage à combiner parfaitement la théorie et la pratique pour améliorer la formation de ses étudiants"

Son corps enseignant comprend des professionnels du design, qui apportent l'expérience de leur travail à ce programme, ainsi que des spécialistes reconnus issus de grandes entreprises et d'universités prestigieuses.

Son contenu multimédia, développé avec les dernières technologies éducatives, permettra au professionnel un apprentissage situé et contextuel, c'est-à-dire un environnement simulé qui fournira un apprentissage immersif programmé pour s'entraîner dans des situations réelles.

La conception de ce programme est basée sur l'Apprentissage par les Problèmes, grâce auquel l'étudiant devra essayer de résoudre les différentes situations de pratique professionnelle qui se présentent. Pour ce faire, il sera assisté d'un système vidéo interactif innovant créé par des experts reconnus.

La méthodologie d'enseignement de ce programme est la plus innovante sur la scène académique actuelle.

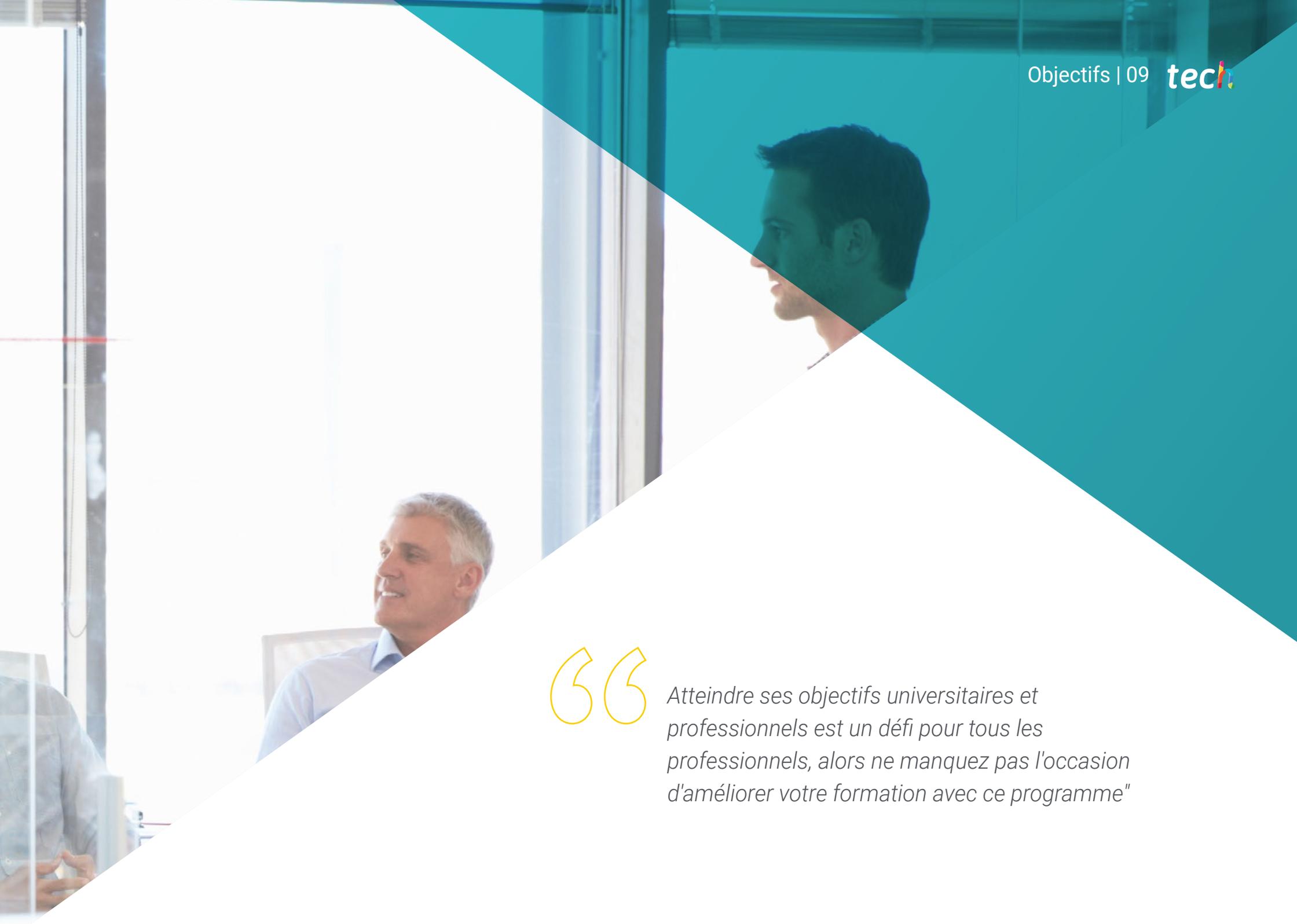
Un format totalement numérique qui sera indispensable pour combiner l'étude avec le reste de vos obligations quotidiennes.



02 Objectifs

Ce Mastère Avancé de TECH a été conçu pour répondre aux objectifs académiques des professionnels du design dans le domaine de l'Encadrement Supérieur des Industries Audiovisuelles Ainsi, à la fin du cours, l'étudiant aura acquis les compétences nécessaires pour gérer avec succès ce type d'entreprise, en se positionnant comme un professionnel de référence dans l'entreprise et en apportant toute sa valeur pour conduire l'entreprise vers l'excellence.





“

Atteindre ses objectifs universitaires et professionnels est un défi pour tous les professionnels, alors ne manquez pas l'occasion d'améliorer votre formation avec ce programme"



Objectifs généraux

- ◆ Développer des compétences de leadership adaptées à la gestion d'entreprise
- ◆ Connaître et savoir gérer les domaines économique-financiers de l'entreprise
- ◆ Élargir les connaissances et l'information de l'étudiant avec un plus grand niveau de profondeur dans le domaine du journalisme, bien que plus spécifiquement dans le domaine de la gestion de l'industrie audiovisuelle
- ◆ Apprendre à exercer des fonctions dans ce domaine dans un environnement spécialisé et professionnel

“

Connaître les particularités de l'industrie audiovisuelle et apprendre à gérer les différents formats existants”





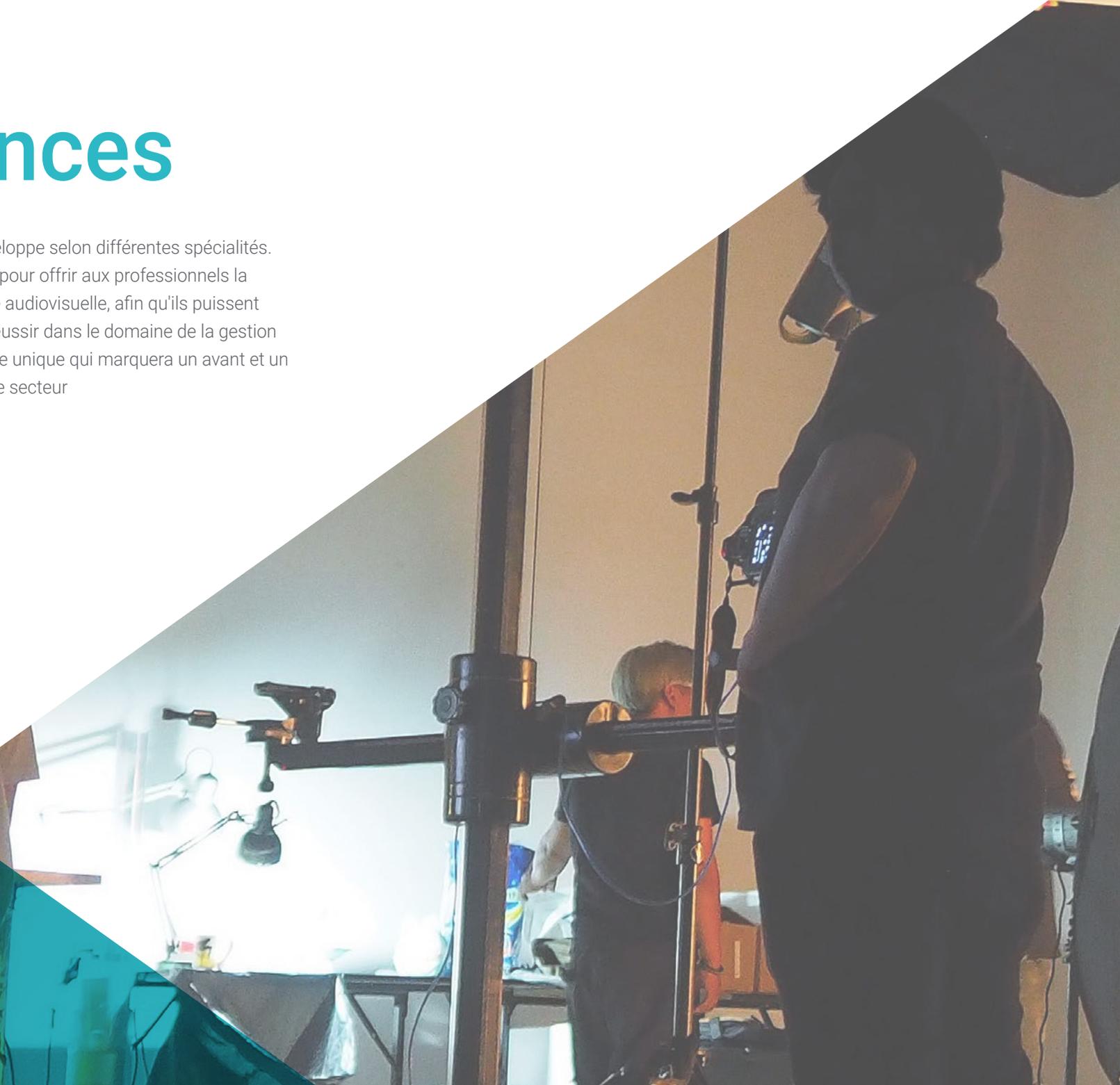
Objectifs spécifiques

- ◆ Définir les dernières tendances en matière de gestion des entreprises, en tenant compte de l'environnement mondialisé qui régit les critères des cadres supérieurs
- ◆ Développer les compétences clés de leadership qui devraient définir les professionnels en activité
- ◆ Développer des stratégies de prise de décision dans un environnement complexe et instable
- ◆ Créer des stratégies d'entreprise qui définissent le scénario que l'entreprise doit suivre pour être plus compétitive et atteindre ses propres objectifs
- ◆ Développer les compétences essentielles pour gérer stratégiquement l'activité de l'entreprise
- ◆ Disposer des compétences transversales et spécifiques nécessaires pour affronter avec succès la réalité du journalisme culturel dans différents domaines
- ◆ Acquérir la capacité de planifier des séquences narratives et documentaires en fonction des supports disponibles
- ◆ Apprendre la nature et les interrelations entre les sujets de la communication audiovisuelle : auteurs, institutions, entreprises, médias, supports et récepteurs
- ◆ Connaître les origines historiques de la production audiovisuelle et son évolution dans la société contemporaine
- ◆ Identifier les concepts théoriques qui définissent les processus de production des œuvres audiovisuelles
- ◆ Fournir aux étudiants les bases théoriques et techniques, ainsi que les compétences instrumentales pour affronter, d'un point de vue narratif et esthétique, la production de fictions audiovisuelles, dans différents médias et technologies
- ◆ Étudier les transformations qui se sont produites dans les industries culturelles en matière d'approvisionnement et de consommation des réseaux numériques, dans leurs aspects économiques, politiques et socioculturels
- ◆ Connaître les concepts fondamentaux qui régissent la distribution, la commercialisation et la diffusion d'un produit audiovisuel dans la société contemporaine
- ◆ Savoir interpréter, analyser et commenter un format télévisuel d'un point de vue professionnel, esthétique et culturel
- ◆ Comprendre les transformations dérivées de la numérisation dans l'industrie audiovisuelle
- ◆ Comprendre le processus créatif et industriel dans l'élaboration d'un scénario de fiction pour la télévision

03

Compétences

Le design est un secteur très large qui se développe selon différentes spécialités. Dans ce cas, TECH a créé ce Mastère Avancé pour offrir aux professionnels la qualification supérieure exigée dans l'industrie audiovisuelle, afin qu'ils puissent acquérir les compétences nécessaires pour réussir dans le domaine de la gestion et de la direction audiovisuelles. Un programme unique qui marquera un avant et un après dans leur formation, pour réussir dans le secteur.



“

Acquérir les compétences nécessaires à la gestion des entreprises audiovisuelles vous permettra de réussir dans le secteur”



Compétences générales

- ◆ Contrôler les différents départements de l'entreprise afin d'atteindre les objectifs communs de l'entreprise
- ◆ Gérer adéquatement les ressources humaines de l'entreprise
- ◆ Développer la gestion globale d'un projet de communication audiovisuelle dans chacune de ses facettes avec une maîtrise complète des différents agents et processus qui y interviennent
- ◆ Appliquer les stratégies les plus appropriées pour favoriser la croissance de l'entreprise audiovisuelle



Un programme qui vous permettra de faire un saut qualitatif dans votre carrière"





Compétences spécifiques

- ◆ Réaliser une gestion globale de l'entreprise, en appliquant des techniques de leadership qui influencent le rendement des travailleurs, de manière à ce que les objectifs de l'entreprise soient atteints
- ◆ Faire partie de la stratégie d'entreprise et de la stratégie concurrentielle de l'entreprise et les diriger
- ◆ Résoudre les conflits d'entreprise et les problèmes entre travailleurs
- ◆ Effectuer une gestion correcte des équipes pour améliorer la productivité et, par conséquent, les bénéfices de l'entreprise
- ◆ Assurer le contrôle économique et financier de l'entreprise
- ◆ Contrôler les processus de logistique, d'achat et d'approvisionnement de l'entreprise
- ◆ Étudier en profondeur les nouveaux modèles économiques des systèmes d'information
- ◆ Appliquer les stratégies les plus appropriées pour le commerce électronique des produits de l'entreprise
- ◆ Élaborer et diriger des plans de marketing
- ◆ S'engager à innover dans tous les processus et domaines de l'entreprise
- ◆ Utiliser les réseaux sociaux dans un environnement journalistique
- ◆ Connaître la composition des équipes de production audiovisuelle
- ◆ Organiser une mise en scène appropriée aux objectifs du projet audiovisuel
- ◆ Planifier des actions narratives adaptées aux moyens disponibles
- ◆ Maîtriser les différentes phases du projet audiovisuel
- ◆ Connaître et appliquer les structures organisationnelles de la communication audiovisuelle
- ◆ Savoir s'adapter aux formes actuelles de consommation
- ◆ Connaître le code relationnel des différents agents de la communication audiovisuelle
- ◆ Décrire l'évolution historique de la production audiovisuelle
- ◆ Créer des produits adaptés au financement disponible
- ◆ Prévoir l'amortissement des produits audiovisuels
- ◆ Réaliser un produit audiovisuel sur différents supports

04

Direction de la formation

Le corps enseignant chargé de l'élaboration de ce Mastère Avancé a été soigneusement sélectionné par TECH en raison de ses hautes capacités de direction, de gestion et de leadership dans le monde de l'industrie audiovisuelle. Les étudiants auront accès à des contenus créés par des professionnels ayant une grande expérience du secteur qui, en outre, partagent les secrets et les méthodes de travail les plus efficaces pour atteindre le sommet de la gestion audiovisuelle avec les compétences les plus perfectionnées.



“

Profitez des connaissances et de la vaste expérience professionnelle d'un corps enseignant polyvalent et multidisciplinaire dans le monde de l'Audiovisuel"

Direction



Ledesma Carrillo, Carlos Atxoña

- ◆ Responsable du Domaine International / Juridique chez Transporte Interurbanos de Tenerife S.A.U.
- ◆ Responsable Juridique chez Avalon Biz Consulting
- ◆ Formateur Rgpd à l'ESFOCC (École Supérieure de Formation et de Qualification de Canaries)
- ◆ Conseiller juridique à Transportes Interurbanos de Tenerife S.A.U.
- ◆ Diplômé en Droit de l'Université de La Laguna.
- ◆ Expert en gestion du travail à une École Européenne de Direction et d'Entreprise Madrid
- ◆ Diplôme en Gestion de la Connaissance des Entreprises de l'Université Rey Juan Carlos I
- ◆ MBA Master en Administration et Gestion des Entreprises de l'Université Européenne des Canaries

Professeurs

M. González, Mónica

- ◆ Directeur Financier de la banque Cajasiete à Tenerife, îles Canaries
- ◆ Cofondateur du Club d'investissement boursier de la Faculté des Études Commerciales
- ◆ Diplômé en Gestion et Administration des Entreprises de l'Université de Las Palmas de Gran Canaria
- ◆ Diplôme en Études Commerciales de l'Université de Las Palmas de Gran Canaria
- ◆ Master en Fiscalité et Conseil Fiscal par le Centro de Estudios Financieros en collaboration avec l'Association Espagnole de Conseillers Fiscaux
- ◆ Executive Master en Gestion Financière et Finance Avancée par l'Institut Supérieur en Techniques et Pratiques Bancaires
- ◆ Expert en Planification financière et contrôle de gestion dans le secteur bancaire par Analyst Financial Analysts International (AFI)
- ◆ Expert en Développement Exécutif dans la Gestion de Portefeuille par des Analystes Financiers Internationaux



05

Structure et contenu

La structure de ce Mastère Avancé en Encadrement Supérieur des Industries Audiovisuelles a été élaborée en tenant compte des besoins de spécialisation des professionnels du design, qui trouveront dans ce programme une occasion unique d'apprendre les derniers concepts dans ce domaine, ce qui leur permettra de faire un pas en avant dans leur carrière. En outre, la répartition du programme d'études facilite l'étude, permettant aux étudiants de gérer leur temps et d'autogérer leur apprentissage.



“

Le programme académique le plus complet sur la gestion des affaires audiovisuelles sur le marché actuel”

Module 1. Leadership, éthique et RSC

- 1.1. Mondialisation et gouvernance
 - 1.1.1. Mondialisation et tendances: L'internationalisation des marchés
 - 1.1.2. Environnement économique et Gouvernance des Entreprises
 - 1.1.3. *Accountability* ou Responsabilité
- 1.2. Leadership
 - 1.2.1. Environnement interculturel
 - 1.2.2. Leadership et Gestion
 - 1.2.3. Rôles et responsabilités de la direction
- 1.3. Éthique des affaires
 - 1.3.1. Éthique et intégrité
 - 1.3.2. Le comportement éthique dans les affaires
 - 1.3.3. Éthique, codes d'éthique et codes de conduite
 - 1.3.4. Prévention de la fraude et de la corruption
- 1.4. Durabilité
 - 1.4.1. Entreprise et Développement Durable
 - 1.4.2. Impact social, environnemental et économique
 - 1.4.3. Agenda 2030 et ODD
- 1.5. Responsabilité Sociale des entreprises
 - 1.5.1. Responsabilité Sociale des entreprises
 - 1.5.2. Rôles et responsabilités
 - 1.5.3. Mise en œuvre de la Responsabilité sociale des entreprises

Module 2. Direction stratégique et *management* exécutive

- 2.1. Analyse et conception organisationnelles
 - 2.1.1. Culture organisationnelle
 - 2.1.2. Analyse organisationnelle
 - 2.1.3. Design de la structure organisationnelle
- 2.2. Stratégie d'entreprise
 - 2.2.1. Stratégie au niveau de l'entreprise
 - 2.2.2. Typologies des stratégies au niveau des entreprises
 - 2.2.2. Détermination de la stratégie d'entreprise
 - 2.2.3. Stratégie d'entreprise et image de marque

- 2.3. Planification et formulation stratégiques
 - 2.3.1. Réflexion stratégique
 - 2.3.2. Formulation et planification stratégiques
 - 2.3.3. Durabilité et Stratégie d'entreprise
- 2.4. Modèles et motifs stratégiques
 - 2.4.1. Richesse, valeur et rendement des investissements.
 - 2.4.2. Stratégie d'entreprise: méthodologies
 - 2.4.3. Croissance et consolidation de la stratégie d'entreprise
- 2.5. Gestion stratégique
 - 2.5.1. Mission, vision et valeurs stratégiques
 - 2.5.2. *Balanced Scorecard*/Tableau de bord
 - 2.5.3. Analyse, suivi et évaluation de la stratégie d'entreprise
 - 2.5.4. Gestion et rapports stratégiques ou *reporting*
- 2.6. Mise en œuvre et exécution stratégiques
 - 2.6.1. Mise en œuvre stratégique : objectifs, actions et impacts
 - 2.6.2. Suivi, alignement et stratégie
 - 2.6.3. Approche d'amélioration continue
- 2.7. Direction Générale
 - 2.7.1. Intégration des stratégies fonctionnelles dans les stratégies globales des affaires
 - 2.7.2. Politique de gestion et processus
 - 2.7.3. *Knowledge Management*
- 2.8. Analyses et résolution de problèmes
 - 2.8.1. Méthodologie de la résolution de problèmes
 - 2.8.2. Méthode des Cas
 - 2.8.3. Positionnement et prise de décision



Module 3. Gestion des personnes et des talents

- 3.1. Comportement organisationnel
 - 3.1.1. Théorie des organisations
 - 3.1.2. Facteurs clés pour le changement des organisations
 - 3.1.3. Stratégies d'entreprise, typologies et gestion des connaissances
- 3.2. La direction stratégique des personnes
 - 3.2.1. Gestion du personnel et alignement stratégique
 - 3.2.2. Planification Stratégique des Ressources Humaines: design et mise en œuvre
 - 3.2.3. Analyse de l'emploi; design et sélection des travailleurs
 - 3.2.4. Formation et développement professionnel
- 3.3. Développement de direction et leadership
 - 3.3.1. Compétences en matière de gestion: Les aptitudes et compétences du 21e siècle
 - 3.3.2. Aptitudes non-directives
 - 3.3.3. Carte des aptitudes et compétences
 - 3.3.4. Leadership et gestion des ressources humaines
- 3.4. Gestion du changement
 - 3.4.1. Analyse des performances
 - 3.4.2. Plan stratégique
 - 3.4.3. Gestion du changement: facteurs clés, conception et gestion du processus.
 - 3.4.4. Approche d'amélioration continue
- 3.5. Négociation et gestion des conflits
 - 3.5.1. Objectifs de la négociation: éléments différenciateurs
 - 3.5.2. Techniques de négociation efficaces
 - 3.5.3. Conflits : facteurs et typologies
 - 3.5.4. La gestion efficace des conflits: négociation et communication.
- 3.6. La communication managériale
 - 3.6.1. Stratégie d'entreprise et communication de gestion
 - 3.6.2. Communication interne: influence et impact
 - 3.6.3. Communication interpersonnelle: gestion et compétences de l'équipe
- 3.7. Gestion d'équipe et performance des personnes
 - 3.7.1. Environnement multiculturel et multidisciplinaire
 - 3.7.2. Gestion d'équipe et de personnes
 - 3.7.3. Coaching et gestion de personnes
 - 3.7.4. Réunions de direction : planification et gestion du temps

- 3.8. Gestion des connaissances et du talent
 - 3.8.1. Identifier les connaissances et les talents dans les organisations
 - 3.8.2. Modèles de gestion des connaissances et des talents de l'entreprise
 - 3.8.3. Créativité et innovation

Module 4. Gestion économique et financière

- 4.1. Environnement Économique
 - 4.1.1. Théorie des organisations
 - 4.1.2. Facteurs clés pour le changement des organisations
 - 4.1.3. Stratégies d'entreprise, typologies et gestion des connaissances
- 4.2. Comptabilité de gestion
 - 4.2.1. Cadre comptable international
 - 4.2.2. Introduction au cycle comptable
 - 4.2.3. États comptables des entreprises
 - 4.2.4. Analyses des États Comptables: prise de décisions
- 4.3. Budget et Contrôle de Gestion
 - 4.3.1. Planification budgétaire
 - 4.3.2. Contrôle de Gestion: design et objectifs
 - 4.3.3. Supervision et *reporting*
- 4.4. Responsabilité fiscale des entreprises
 - 4.4.1. La responsabilité fiscale des entreprises
 - 4.4.2. Procédure fiscale: une approche par pays
- 4.5. Systèmes de contrôle des entreprises
 - 4.5.1. Typologie du Contrôle
 - 4.5.2. Conformité Réglementaire/ *Compliance*
 - 4.5.3. Audit interne
 - 4.5.4. Audit externe
- 4.6. Gestion financière
 - 4.6.1. L'introduction à la Direction Financière
 - 4.6.2. La Direction financière et la stratégie d'entreprise
 - 4.6.3. Directeur financier ou *Chief Financial Officer* (CFO): compétences en gestion

- 4.7. Planification financière
 - 4.7.1. Modèles commerciaux et besoins de financement
 - 4.7.2. Outils d'analyse financière
 - 4.7.3. Planification financière à court terme
 - 4.7.4. Planification financière à long terme
- 4.8. Stratégie financière de l'entreprise
 - 4.8.1. Investissements Financiers des entreprises
 - 4.8.2. Croissance stratégique: typologies
- 4.9. Contexte Macroéconomique
 - 4.9.1. Analyse Macroéconomique
 - 4.9.2. Indicateurs à court terme
 - 4.9.3. Cycle économique
- 4.10. Financement Stratégique
 - 4.10.1. Activités Bancaires: environnement actuel
 - 4.10.2. Analyse et gestion des risques
- 4.11. Marchés monétaires et des capitaux
 - 4.11.1. Marché à revenu fixe
 - 4.11.2. Marché des actions
 - 4.11.3. Évaluation l'entreprise
- 4.12. Analyses et résolution de problèmes
 - 4.12.1. Méthodologie de la résolution de problèmes
 - 4.12.2. Méthode des Cas

Module 5. Gestion des opérations et de la logistique

- 5.1. Direction des opérations
 - 5.1.1. Définir la stratégie des opérations
 - 5.1.2. Planification et contrôle de la chaîne d'approvisionnement
 - 5.1.3. Systèmes d'indicateurs
- 5.2. Direction des achats
 - 5.2.1. Gestion des Stocks
 - 5.2.2. Gestion des entrepôts
 - 5.2.3. Gestion des achats et de l'approvisionnement

- 5.3. *Supply chain management (1)*
 - 5.3.1. Coûts et efficacité de la chaîne des opérations
 - 5.3.2. Évolution de la demande
 - 5.3.3. Changement de la stratégie d'exploitation
 - 5.4. *Supply chain management (2). Exécution*
 - 5.4.1. *Lean Manufacturing/Lean Thinking*
 - 5.4.2. Gestion Logistique
 - 5.4.3. Achats
 - 5.5. Processus logistiques
 - 5.5.1. Organisation et gestion par processus
 - 5.5.2. Approvisionnement, production, distribution
 - 5.5.3. Qualité, coûts de la qualité et outils
 - 5.5.4. Service après-vente
 - 5.6. Logistique et clients
 - 5.6.1. Analyse et prévision de la demande
 - 5.6.2. Prévision et planification des ventes
 - 5.6.3. *Collaborative planning forecasting & replacement*
 - 5.7. Logistique internationale
 - 5.7.1. Douanes, processus d'exportation et d'importation
 - 5.7.2. Formes et moyens de paiement internationaux
 - 5.7.3. Plateformes logistiques internationales
 - 5.8. Concurrence des opérations
 - 5.8.1. L'innovation dans les opérations comme avantage concurrentiel dans les entreprises
 - 5.8.2. Technologies et sciences émergentes
 - 5.8.3. Les systèmes d'information dans les opérations
-
- Module 6. Gestions des systèmes d'information**
- 6.1. Gestion des systèmes d'information.
 - 6.1.1. Systèmes d'information des entreprises
 - 6.1.2. Décisions stratégiques
 - 6.1.3. Rôle du DSI
 - 6.2. Technologie de l'information et stratégie d'entreprise
 - 6.2.1. Analyse d'entreprise et secteurs industriels
 - 6.2.2. Modèles commerciaux basés sur l'Internet
 - 6.2.3. La valeur du service IT dans l'entreprise
 - 6.3. Plan Stratégique du Système d'Information
 - 6.3.1. Le processus de planification stratégique
 - 6.3.2. Formulation de la stratégie du Système d'Information
 - 6.3.3. Plan de mise en œuvre de la stratégie
 - 6.4. Systèmes d'information et *Business Intelligence*
 - 6.4.1. GRC et *Business Intelligence*
 - 6.4.2. La Gestion de Projets de *Business Intelligence*
 - 6.4.3. L'architecture de *Business Intelligence*
 - 6.5. Nouveaux modèles commerciaux basés sur les TIC
 - 6.5.1. Modèles commerciaux de base technologique
 - 6.5.2. Capacités pour innover
 - 6.5.3. Nouvelle conception des processus de la chaîne de valeur
 - 6.6. Commerce électronique
 - 6.6.1. Plan stratégique pour le commerce électronique
 - 6.6.2. Gestion de la logistique et service à la clientèle dans le commerce électronique
 - 6.6.3. *E-Commerce* une opportunité pour l'internationalisation
 - 6.7. Stratégies de E-Business
 - 6.7.1. Stratégies dans les *Social Media*
 - 6.7.2. Optimisation des canaux de service et du support client
 - 6.7.3. Régulation digitale
 - 6.8. *Digital business*
 - 6.8.1. *Mobile e-Commerce*
 - 6.8.2. Conception et utilisation
 - 6.8.3. Opérations de Commerce Électronique

Module 7. Gestion commerciale, marketing et communication d'entreprise

- 7.1. Direction commerciale
 - 7.1.1. Gestion des ventes
 - 7.1.2. Stratégie de vente
 - 7.1.3. Techniques de vente de négociation
 - 7.1.4. Gestion des équipes de ventes
- 7.2. Marketing
 - 7.2.1. Le Marketing et l'impact sur l'entreprise
 - 7.2.2. Principes de base du marketing
 - 7.2.3. Plan de marketing éducatif
- 7.3. Gestion stratégique du Marketing
 - 7.3.1. Tendances actuelles du Marketing
 - 7.3.2. Outils du Marketing
 - 7.3.4. Stratégie du Marketing et la communication avec les clients
- 7.4. Stratégie du Marketing Digital
 - 7.4.1. Approche au Marketing Digital
 - 7.4.2. Stratégie du Marketing Digital
 - 7.4.3. *Inbound Marketing* et l'évolution du Marketing Digital
- 7.5. Stratégie de vente et de communication
 - 7.5.1. Localisation et promotion
 - 7.5.2. Relations publiques
 - 7.5.3. Stratégie de vente et de communication
- 7.6. Communication d'entreprise
 - 7.6.1. Communication interne et externe
 - 7.6.2. Département Communication
 - 7.6.3. Direction de la Communication (DIRCOM): compétences de la direction et responsabilités
- 7.7. Stratégie de la Communication d'entreprise
 - 7.7.1. Stratégie de communication de l'entreprise
 - 7.7.2. Plan de Communication
 - 7.7.3. Rédaction de Communiqués de Presse/ *Clipping*/Publicity

Module 8. Innovation et gestion de projet

- 8.1. Innovation
 - 8.1.1. Macro Conceptual de l'innovation
 - 8.1.2. Typologies de l'innovation
 - 8.1.3. Innovation continue et discontinue
 - 8.1.4. Formation et Innovation
- 8.2. Stratégie de l'Innovation
 - 8.2.1. Innovation et stratégie d'entreprise
 - 8.2.2. Projet global d'innovation: design et gestion
 - 8.2.3. Ateliers d'innovation
- 8.3. Conception et validation du modèle d'entreprise
 - 8.3.1. Méthodologie *Lean Startup*
 - 8.3.2. Initiative commercial innovante: étapes
 - 8.3.3. Modalités de financement
 - 8.3.4. Outils de modélisation : carte d'empathie, modèle Canvas et métriques
 - 8.3.5. Croissance et fidélité
- 8.4. Direction et gestion du projet
 - 8.4.1. Les opportunités d'innovation
 - 8.4.2. L'étude de faisabilité et la spécification des propositions
 - 8.4.3. La définition et la conception des projets
 - 8.4.4. L'exécution des projets
 - 8.4.5. La clôture des projets

Module 9. Journalisme culturel

- 9.1. Le Journalisme Culturel dans les médias conventionnels et son intégration dans le monde numérique
- 9.2. L'art de raconter des histoires
- 9.3. Guides essentiels de la documentation journalistique culturelle
- 9.4. La philosophie de la communication 3.0
- 9.5. Gestion des médias et Réseaux sociaux
- 9.6. Contenu journalistique interactif
- 9.7. Paradigmes de communication
- 9.8. Positionnement sur le Web: SEO, SEM, SMO, SMM, SERM. Contenu journalistique spécialisé
- 9.9. Analyse de la culture
- 9.10. Cyberculture et journalisme numérique de contenu culturel

Module 10. Théorie et technique de réalisation

- 10.1. La réalisation en tant que construction de l'œuvre audiovisuelle. L'équipe de travail
 - 10.1.1. Du scénario littéraire au scénario technique ou au compte-rendu
 - 10.1.2. Équipes de travail
- 10.2. Les éléments de la production de l'écran. Les matériaux de construction
 - 10.2.1. Pré-adaptation spatiale. Direction artistique
 - 10.2.2. Les éléments de la mise en scène
- 10.3. Pré-production. Les documents de production
 - 10.3.1. Scénario technique
 - 10.3.2. Le plan scénographique
 - 10.3.3. *Le storyboard*
 - 10.3.4. Planification
 - 10.3.5. Le plan de tournage
- 10.4. La valeur expressive du son
 - 10.4.1. Typologie des éléments sonores
 - 10.4.2. Construction de l'espace sonore
- 10.5. La valeur expressive de la lumière
 - 10.5.1. Valeur expressive de la lumière
 - 10.5.2. Techniques d'éclairage de base

- 10.6. Techniques de base de prise de vue avec un seul appareil photo
 - 10.6.1. Usages et techniques de la prise de vue avec une seule caméra
 - 10.6.2. Le sous-genre du *found footage*. Films de fiction et documentaires
 - 10.6.3. La réalisation de films monocaméra à la télévision
- 10.7. Montage
 - 10.7.1. Le montage en tant qu'assemblage. La reconstruction de l'espace-temps
 - 10.7.2. Techniques d'assemblage non linéaires
- 10.8. Post-production et étalonnage des couleurs
 - 10.8.1. Post-production
 - 10.8.2. Concept d'édition verticale
 - 10.8.3. L'étalonnage des couleurs
- 10.9. Formats et équipements de production
 - 10.9.1. Formats multi-caméras
 - 10.9.2. Le studio et l'équipement
- 10.10. Clés, techniques et routines de la production multi-caméras
 - 10.10.1. Techniques multi-caméras
 - 10.10.2. Quelques formats courants

Module 11. Structure du système audiovisuel

- 11.1. Une introduction aux industries culturelles (I.C.)
 - 11.1.1. Concepts de la culture. Culture-Communication
 - 11.1.2. Théorie et évolution de l'I.C. : typologie et modèles
- 11.2. Industrie cinématographique I
 - 11.2.1. Caractéristiques et principaux acteurs
 - 11.2.2. Structure du système cinématographique
- 11.3. Industrie cinématographique II
 - 11.3.1. L'industrie cinématographique américaine
 - 11.3.2. Sociétés de production indépendantes
 - 11.3.3. Problèmes et débats dans l'industrie cinématographique
- 11.4. Industrie cinématographique III
 - 11.4.1. Réglementation des films : État et culture. Politiques de protection et de promotion de la cinématographie
 - 11.4.2. Étude de cas

- 11.5. Industrie de la télévision I
 - 11.5.1. Télévision économique
 - 11.5.2. Modèles fondateurs
 - 11.5.3. Transformations
- 11.6. Industrie de la télévision II
 - 11.6.1. L'industrie de la télévision américaine
 - 11.6.2. Principales caractéristiques
 - 11.6.3. Réglementation des États
- 11.7. Industrie de la télévision III
 - 11.7.1. La télévision de service public en Europe
 - 11.7.2. Crises et débats
- 11.8. Les axes de changement
 - 11.8.1. Nouveaux processus dans le secteur audiovisuel
 - 11.8.2. Débats sur la réglementation
- 11.9. Télévision Numérique Terrestre (TNT)
 - 11.9.1. Rôle de l'État et expériences
 - 11.9.2. Les nouvelles caractéristiques du système de télévision
- 11.10. Nouveaux opérateurs dans le paysage audiovisuel
 - 11.10.1. Plateformes de services Over-the-Top (OTT)
 - 11.10.2. Conséquences de leur émergence

Module 12. Production audiovisuelle

- 12.1. Production audiovisuelle
 - 12.1.1. Concepts introductifs
 - 12.1.2. L'industrie audiovisuelle
- 12.2. L'équipe de production
 - 12.2.1. Les professionnels
 - 12.2.2. Le producteur et le scénario
- 12.3. Le projet audiovisuel
 - 12.3.1. Gestion de projets
 - 12.3.2. Évaluation du projet
 - 12.3.3. Présentation des projets
- 12.4. Modalités de production et de financement
 - 12.4.1. Financement de la production audiovisuelle
 - 12.4.2. Modes de production audiovisuelle
 - 12.4.3. Ressources pour le préfinancement
- 12.5. L'équipe de production et le découpage du scénario
 - 12.5.1. L'équipe de production
 - 12.5.2. Le scénario se décompose comme suit
- 12.6. Les espaces de tournage
 - 12.6.1. Les lieux
 - 12.6.2. Les ensembles
- 12.7. Contrats de casting et de tournage
 - 12.7.1. Casting
 - 12.7.2. L'essai de Casting
 - 12.7.3. Contrats, droits et assurances
- 12.8. Le plan de travail et le budget de l'œuvre audiovisuelle
 - 12.8.1. Le plan de travail
 - 12.8.2. Le budget
- 12.9. Production de films ou d'enregistrements
 - 12.9.1. Préparation du tournage
 - 12.9.2. L'équipement et les moyens de tournage
- 12.10. La post-production et le bilan final de l'œuvre audiovisuelle
 - 12.10.1. Montage et post-production
 - 12.10.2. Bilan final et exploitation

Module 13. Production de fictions et direction d'acteurs

- 13.1. La fabrication de la fiction
 - 13.1.1. Introduction
 - 13.1.2. Le processus et ses outils
- 13.2. L'optique et la caméra
 - 13.2.1. Objectifs et cadrage
 - 13.2.2. Mouvement de la caméra
 - 13.2.3. Continuité
- 13.3. Lumière et couleur: aspects théoriques
 - 13.3.1. Exposition
 - 13.3.2. Théorie des couleurs
- 13.4. L'éclairage au cinéma
 - 13.4.1. Outils
 - 13.4.2. L'éclairage comme récit
- 13.5. Couleur et optique
 - 13.5.1. Contrôle des couleurs
 - 13.5.2. Optique
 - 13.5.3. Contrôle de l'image
- 13.6. Le travail sur le tournage
 - 13.6.1. La liste des plans
 - 13.6.2. L'équipage et ses fonctions
- 13.7. Questions techniques relatives à la réalisation de films
 - 13.7.1. Ressources techniques
- 13.8. La vision des directeurs
 - 13.8.1. Les directeurs prennent la parole
- 13.9. Transformations numériques
 - 13.9.1. Les transformations analogiques-numériques dans la photographie cinématographique
 - 13.9.2. Le règne de la post-production numérique
- 13.10. Direction des acteurs
 - 13.10.1. Introduction
 - 13.10.2. Principales méthodes et techniques
 - 13.10.3. Travailler avec des acteurs

Module 14. Industries culturelles et nouveaux modèles économiques de communication

- 14.1. Les concepts de culture, d'économie, de communication, de technologie et de CI
 - 14.1.1. Culture, économie et communication
 - 14.1.2. Industries culturelles
- 14.2. Technologie, communication et culture
 - 14.2.1. Culture artisanale marchandisée
 - 14.2.2. Du spectacle vivant aux arts visuels
 - 14.2.3. Musées et patrimoine
- 14.3. Les grands secteurs des industries culturelles
 - 14.3.1. Produits d'édition
 - 14.3.2. Le flux C.I.'s
 - 14.3.3. Modèles hybrides
- 14.4. L'ère numérique dans les industries culturelles
 - 14.4.1. Industries culturelles numériques
 - 14.4.2. De nouveaux modèles à l'ère du numérique
- 14.5. Médias numériques et médias à l'ère numérique
 - 14.5.1. Le secteur de la presse en ligne
 - 14.5.2. La radio dans l'environnement numérique
 - 14.5.3. Particularités des médias à l'ère numérique
- 14.6. Mondialisation et diversité culturelle
 - 14.6.1. Concentration, internationalisation et mondialisation des industries culturelles
 - 14.6.2. La lutte pour la diversité culturelle
- 14.7. Politiques culturelles et coopération
 - 14.7.1. Politiques culturelles
 - 14.7.2. Le rôle des États et des régions des pays
- 14.8. La diversité musicale dans le nuage
 - 14.8.1. Le secteur de la musique aujourd'hui
 - 14.8.2. Le nuage
 - 14.8.3. Initiatives latino-américaines/latines

- 14.9. La diversité dans l'industrie audiovisuelle
 - 14.9.1. Du pluralisme à la diversité
 - 14.9.2. Diversité, culture et communication
 - 14.9.3. Conclusions et propositions
- 14.10. La diversité audiovisuelle sur Internet
 - 14.10.1. Le système audiovisuel à l'ère de l'Internet
 - 14.10.2. Offres de télévision et diversité
 - 14.10.3. Conclusions

Module 15. Gestion et promotion des produits audiovisuels

- 15.1. Distribution audiovisuelle
 - 15.1.1. Introduction
 - 15.1.2. Les acteurs de la distribution
 - 15.1.3. Les produits du marketing
 - 15.1.4. Les domaines de la distribution audiovisuelle
 - 15.1.5. Distribution nationale
 - 15.1.6. Distribution internationale
- 15.2. La société de distribution
 - 15.2.1. La structure organisationnelle
 - 15.2.2. La négociation du contrat de distribution
 - 15.2.3. Clients internationaux
- 15.3. Fenêtres d'exploitation, contrats et ventes internationales
 - 15.3.1. Fenêtres d'exploitation
 - 15.3.2. Contrats de distribution internationale
 - 15.3.3. Ventes internationales
- 15.4. Marketing cinématographique
 - 15.4.1. Marketing du film
 - 15.4.2. La chaîne de valeur de la production cinématographique
 - 15.4.3. Les médias publicitaires au service de la promotion
 - 15.4.4. Outils de lancement
- 15.5. Les études de marché dans le cinéma
 - 15.5.1. Introduction
 - 15.5.2. Phase de pré-production
 - 15.5.3. Phase de post-production
 - 15.5.4. Phase de commercialisation
- 15.6. Réseaux sociaux et promotion des films
 - 15.6.1. Introduction
 - 15.6.2. Promesses et limites des réseaux sociaux
 - 15.6.3. Les objectifs et leur mesure
 - 15.6.4. Calendrier et stratégies de promotion
 - 15.6.5. Interpréter ce que disent les réseaux
- 15.7. Distribution audiovisuelle sur Internet I
 - 15.7.1. Le nouveau monde de la distribution audiovisuelle
 - 15.7.2. Le processus de distribution sur Internet
 - 15.7.3. Produits et possibilités dans le nouveau scénario
 - 15.7.4. Nouveaux modes de distribution
- 15.8. Distribution audiovisuelle sur Internet II
 - 15.8.1. Les clés du nouveau scénario
 - 15.8.2. Les dangers de la distribution sur Internet
 - 15.8.3. La vidéo à la demande (VOD) comme nouvelle fenêtre de distribution
- 15.9. De nouveaux espaces pour la distribution
 - 15.9.1. Introduction
 - 15.9.2. La révolution Netflix
- 15.10. Festivals de cinéma
 - 15.10.1. Introduction
 - 15.10.2. Le rôle des festivals de films dans la distribution et l'exploitation

Module 16. Genres, formats et programmes télévisés

- 16.1. Le genre à la télévision
 - 16.1.1. Introduction
 - 16.1.2. Genres de télévision
- 16.2. Format de télévision
 - 16.2.1. Approche du concept de format
 - 16.2.2. Formats de télévision
- 16.3. Créer la télévision
 - 16.3.1. Le processus de création dans le domaine du divertissement
 - 16.3.2. Le processus créatif dans la fiction
- 16.4. Évolution des formats sur le marché international actuel I
 - 16.4.1. Consolidation du format
 - 16.4.2. Le format de la télé-réalité
 - 16.4.3. Nouveautés dans la télé-réalité
 - 16.4.4. La télévision numérique terrestre et la crise financière
- 16.5. Évolution du format sur le marché international actuel II
 - 16.5.1. Marchés émergents
 - 16.5.2. Marques mondiales
 - 16.5.3. La télévision se réinvente
 - 16.5.4. L'ère de la mondialisation
- 16.6. Vendre le format. Le *pitching*
 - 16.6.1. Vendre un format de télévision
 - 16.6.2. Le *pitching*
- 16.7. Introduction à la programmation télévisuelle
 - 16.7.1. Le rôle de la programmation
 - 16.7.2. Facteurs affectant la programmation
- 16.8. Modèles de programmation télévisuelle
 - 16.8.1. États-Unis et Royaume-Uni
 - 16.8.2. Espagne
- 16.9. La pratique professionnelle de la programmation télévisuelle
 - 16.9.1. Le département de programmation
 - 16.9.2. Programmation pour la télévision

- 16.10. Recherche d'audience
 - 16.10.1. Recherche sur l'audience de la télévision
 - 16.10.2. Concepts d'audience et audimat

Module 17. L'audience audiovisuelle

- 17.1. Les publics dans les médias audiovisuels
 - 17.1.1. Introduction
 - 17.1.2. La constitution des audiences
- 17.2. L'étude des audiences : les traditions I
 - 17.2.1. Théorie des effets
 - 17.2.2. Théorie des usages et des gratifications
 - 17.2.3. Études culturelles
- 17.3. Études des publics: Traditions II
 - 17.3.1. Études d'accueil
 - 17.3.2. Le public des études humanistes
- 17.4. Les publics dans une perspective économique
 - 17.4.1. Introduction
 - 17.4.2. Mesurer les audiences
- 17.5. Théories de la réception
 - 17.5.1. Introduction aux théories de la réception
 - 17.5.2. Approche historique des études de réception
- 17.6. Les publics dans le monde numérique
 - 17.6.1. Environnement numérique
 - 17.6.2. Culture de la communication et de la convergence
 - 17.6.3. La nature active des publics
 - 17.6.4. Interactivité et participation
 - 17.6.5. La transnationalité des publics
 - 17.6.6. Des publics fragmentés
 - 17.6.7. Autonomie des publics
- 17.7. Auditions : les questions essentielles I
 - 17.7.1. Introduction
 - 17.7.2. Qui sont-ils?
 - 17.7.3. Pourquoi consomment-ils?

- 17.8. Publics: les questions essentielles II
 - 17.8.1. Que consomment-ils?
 - 17.8.2. Comment consomment-ils?
 - 17.8.3. Avec quels effets?
- 17.9. Le modèle *d'engagement* I
 - 17.9.1. L'engagement comme métadimension du comportement de l'audience
 - 17.9.2. L'évaluation complexe de *l'engagement*
- 17.10. Le modèle *d'engagement* II
 - 17.10.1. Introduction. Les dimensions de *l'engagement*
 - 17.10.2. *Engagement* et expériences des utilisateurs
 - 17.10.3. *Engagement* en tant que réponse émotionnelle du public
 - 17.10.4. *Engagement* comme résultat de la cognition humaine
 - 17.10.5. Comportements observables du public comme expression de *l'engagement*

Module 18. Scénario de télévision : programmes et fiction

- 18.1. Récit télévisé
 - 18.1.1. Concepts et limites
 - 18.1.2. Codes et structures
- 18.2. Les catégories narratives à la télévision
 - 18.2.1. Énonciation
 - 18.2.2. Personnages
 - 18.2.3. Actions et transformations
 - 18.2.4. Espace
 - 18.2.5. Temps
- 18.3. Genres et formats de télévision
 - 18.3.1. Unités narratives
 - 18.3.2. Genres et formats de télévision
- 18.4. Formats de fiction
 - 18.4.1. Fiction télévisée
 - 18.4.2. Sitcoms
 - 18.4.3. Série dramatique
 - 18.4.4. Les feuilletons
 - 18.4.5. Autres formats
- 18.5. Le scénario de fiction pour la télévision
 - 18.5.1. Introduction
 - 18.5.2. La technique
- 18.6. Drame à la télévision
 - 18.6.1. La série dramatique
 - 18.6.2. Les feuilletons
- 18.7. Série comique
 - 18.7.1. Introduction
 - 18.7.2. La sitcom
- 18.8. Le scénario de divertissement
 - 18.8.1. Le script étape par étape
 - 18.8.2. Écrire pour dire
- 18.9. Écrire le scénario du divertissement
 - 18.9.1. Réunion sur le scénario
 - 18.9.2. Scénario technique
 - 18.9.3. Répartition de la production
 - 18.9.4. Le résumé
- 18.10. Conception de scénarios de divertissement
 - 18.10.1. Magazine
 - 18.10.2. Programme de comédie
 - 18.10.3. *Spectacle de talents*
 - 18.10.4. Documentaire
 - 18.10.5. Autres formats



“

Suivez un cours académique de haute qualité qui sera fondamental pour votre développement professionnel dans le domaine de l'audiovisuel"

06

Méthodologie

Ce programme de formation offre une manière différente d'apprendre. Notre méthodologie est développée à travers un mode d'apprentissage cyclique: ***el Relearning***.

Ce système d'enseignement s'utilise, notamment, dans les Écoles de Médecine les plus prestigieuses du monde. De plus, il a été considéré comme l'une des méthodologies les plus efficaces par des magazines scientifiques de renom comme par exemple le ***New England Journal of Medicine***.



“

Découvrez le Relearning, un système qui renonce à l'apprentissage linéaire conventionnel pour vous emmener à travers des systèmes d'enseignement cycliques: une façon d'apprendre qui s'est avérée extrêmement efficace, en particulier dans les matières qui nécessitent une mémorisation”

À TECH, nous utilisons la méthode des cas

Notre programme propose une méthode révolutionnaire de développement des compétences et des connaissances. Notre objectif est de renforcer les compétences dans un contexte changeant, compétitif et exigeant.

“

Avec TECH, vous pourrez découvrir une façon d'apprendre qui fait avancer les fondations des universités traditionnelles du monde entier”



Notre école est la première au monde à combiner les études de cas de l'université d'Harvard avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la pratique.



L'apprenant apprendra, par des activités collaboratives et des cas réels, à résoudre des situations complexes dans des environnements commerciaux réels.

Une méthode d'apprentissage innovante et différente

Ce programme intensif en Design à la TECH Université Technologique vous préparera à relever tous les défis dans ce domaine, tant au niveau national qu'international. Nous nous engageons à promouvoir la croissance personnelle et professionnelle, le meilleur moyen de marcher vers le succès, c'est pourquoi TECH utilise des *études de cas* de la Harvard Business School, avec laquelle nous avons un accord stratégique qui nous permet d'apporter à nos étudiants les supports de la meilleure université du monde.

“

Notre programme vous prépare à relever de nouveaux défis dans des environnements incertains et à réussir votre carrière”

La méthode des cas est le système d'apprentissage le plus largement utilisé dans les meilleures facultés du monde. Développée en 1912 à Harvard pour que les étudiants en Droit n'apprennent pas uniquement sur la base d'un contenu théorique, la méthode des cas consistait à leur présenter des situations réelles complexes pour que les apprenants s'entraînent à les résoudre et à prendre des décisions. Elle a été établie comme méthode d'enseignement standard à Harvard en 1924.

Face à une situation donnée, que doit faire un professionnel? C'est la question à laquelle nous vous confrontons dans la méthode des cas, une méthode d'apprentissage orientée vers l'action. Tout au long du programme, vous serez confronté à de multiples cas réels. Ils devront intégrer toutes leurs connaissances, faire des recherches, argumenter et défendre leurs idées et leurs décisions.

Relearning Methodology

Notre université est la première au monde à combiner les *case studies* de l'université de Harvard avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la répétition, qui combine 8 éléments didactiques différents dans chaque leçon.

Nous enrichissons les *études de cas* de Harvard avec la meilleure méthode d'enseignement 100% en ligne: le Relearning.

En 2019, nous avons obtenu les meilleurs résultats d'apprentissage de toutes les universités en ligne du monde.

À TECH, vous apprendrez avec une méthodologie de pointe conçue pour former les managers du futur. Cette méthode, à la pointe de la pédagogie mondiale, est appelée Relearning.

Notre université est la seule université autorisée à utiliser cette méthode efficace. Selon les indicateurs de qualité de la meilleure université en ligne du monde hispanophone, en 2019 nous avons réussi à améliorer le niveau de satisfaction globale des professionnels finalisant leurs études chez nous (qualité du corps professoral, qualité des supports didactiques, structure des cours, objectif etc.).





Dans notre programme, l'apprentissage n'est pas un processus linéaire mais il se déroule en spirale (nous apprenons, désapprenons, oublions et réapprenons). Par conséquent, ils combinent chacun de ces éléments de manière concentrique. Cette méthodologie a permis de former plus de 650.000 diplômés universitaires avec un succès sans précédent dans des domaines aussi divers que la biochimie, la génétique, la chirurgie, le droit international, le leadership, les sciences du sport, la philosophie, le droit, l'ingénierie, le journalisme, l'histoire ou les marchés et instruments financiers. Tout cela dans un environnement très exigeant, avec un corps étudiant universitaire au profil socio-économique élevé et dont l'âge moyen est de 43,5 ans.

Le Relearning vous permettra d'apprendre plus facilement et de manière plus productive tout en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant des opinions: une équation directe vers le succès.

D'après les dernières données scientifiques dans le domaine des neurosciences, non seulement nous savons comment organiser les informations, les idées, les images et les souvenirs, mais nous savons aussi que le lieu et le contexte dans lesquels nous avons appris quelque chose sont fondamentaux pour notre capacité à nous en souvenir et à le stocker dans l'hippocampe, pour le conserver dans notre mémoire à long terme.

De cette façon, et dans ce que l'on appelle Neurocognitive context-dependent e-learning les différents éléments de notre programme sont liés au contexte dans lequel le participant développe sa pratique professionnelle.

Ce programme offre le meilleur matériel pédagogique, soigneusement préparé pour les professionnels:



Support d'étude

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseignent les cours. Ils ont été conçus en exclusivité pour la formation afin que le développement didactique soit vraiment spécifique et concret.

Ces contenus sont ensuite appliqués au format audiovisuel, pour créer la méthode de travail TECH en ligne. Tout cela, élaboré avec les dernières techniques afin d'offrir des éléments de haute qualité dans chacun des supports qui sont mis à la disposition de l'apprenant.



Cours magistraux

Il existe des preuves scientifiques de l'utilité de l'observation par un tiers expert.

La méthode "Learning from an Expert" renforce les connaissances et la mémoire, et donne confiance dans les futures décisions difficiles.



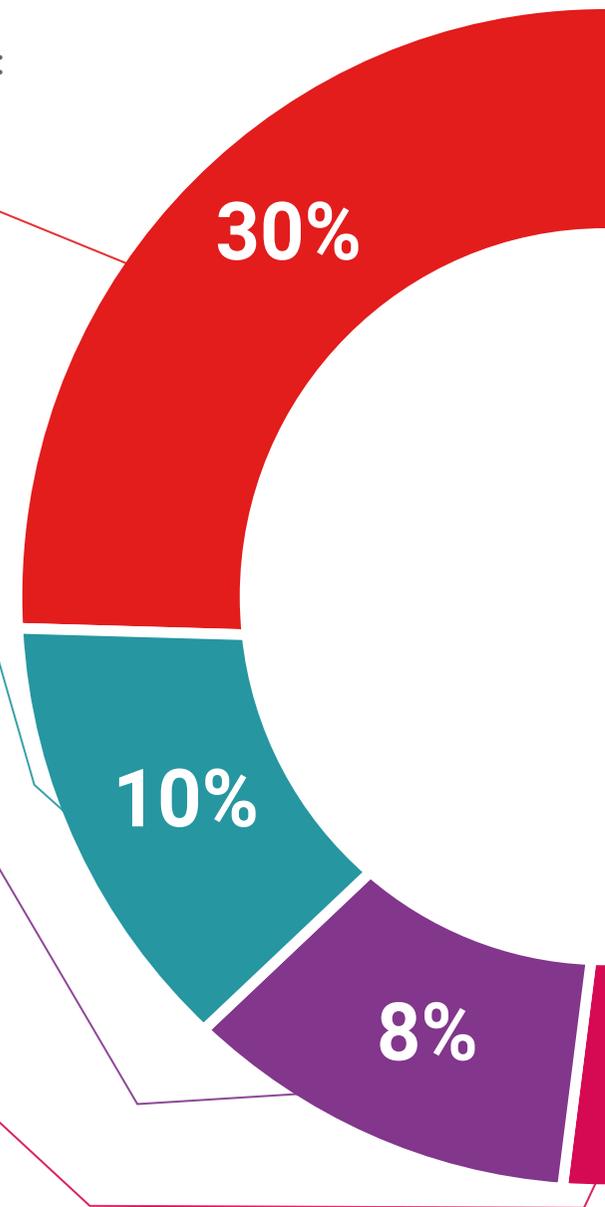
Pratique des aptitudes et des compétences

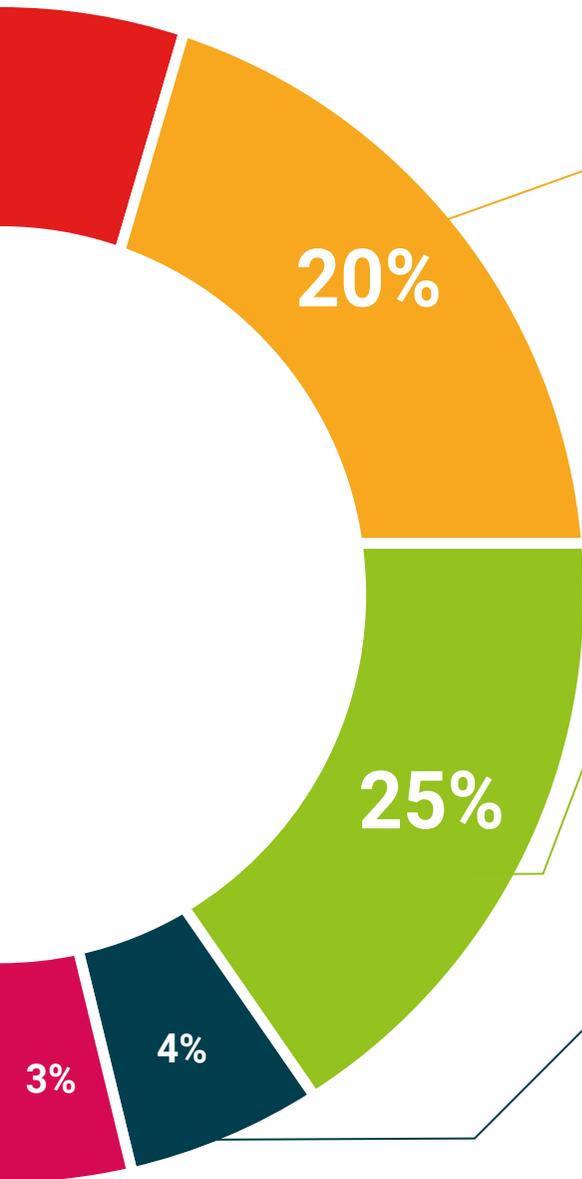
Ils réaliseront des activités visant à développer des compétences et des aptitudes spécifiques dans chaque domaine. Pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et les capacités qu'un spécialiste doit développer dans le cadre de la mondialisation dans laquelle nous vivons.



Bibliographie complémentaire

Articles récents, documents de consensus et directives internationales, entre autres. Dans la bibliothèque virtuelle de TECH, l'étudiant aura accès à tout ce dont il a besoin pour compléter sa formation.





Case Studies

Vous réaliserez une sélection des meilleurs études de cas de l'université d'Harvard. Des cas présentés, analysés et encadrés par les meilleurs spécialistes de la scène internationale.



Résumés interactifs

Nous présentons les contenus de manière attrayante et dynamique dans des dossiers multimédias comprenant des fichiers audios, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de consolider les connaissances. Ce système éducatif unique pour la présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que "European Success Story".



Testing & Retesting

Les connaissances de l'étudiant sont périodiquement évaluées et réévaluées tout au long du programme, par le biais d'activités et d'exercices d'évaluation et d'auto-évaluation, afin que l'étudiant puisse vérifier comment il atteint ses objectifs.



07 Diplôme

Le Mastère Avancé en Encadrement Supérieur des Industries Audiovisuelles vous garantit, en plus d'une formation des plus rigoureuses et actualisées, l'accès à un diplôme de Mastère délivré par TECH Université technologique.



“

Finalisez cette spécialisation avec succès et recevez votre diplôme universitaire sans avoir à vous soucier des déplacements ou des démarches administratives”

Le **Mastère Avancé en Encadrement Supérieur des Industries Audiovisuelles** contient le programme scientifique le plus complet et le plus actuel du marché.

Après avoir réussi les évaluations, l'étudiant recevra par courrier postal* avec accusé de réception le diplôme de **Mastère Avancé** par **TECH Université technologique**.

Le diplôme délivré par **TECH Université Technologique** indiquera la note obtenue lors du Mastère Avancé, et répond aux exigences communément demandées par les bourses d'emploi, les concours et les commissions d'évaluation des carrières professionnelles.

Diplôme: **Mastère Avancé en Encadrement Supérieur des Industries Audiovisuelles**

ECTS: **120**

N.º d'Heures Officielles: **3.000 h.**



* L'Apostille de la Haye Si l'étudiant souhaite que son diplôme version papier possède l'Apostille de La Haye, TECH EDUCATION fera les démarches nécessaires pour son obtention moyennant un coût supplémentaire.

future
santé confiance personnes
éducation information tuteurs
garantie accréditation enseignement
institutions technologie apprentissage
communauté engagement
service personnalisé innovation
connaissance présent qualité
en ligne formation
développement institutions
classe virtuelle langues

tech université
technologique

Mastère Avancé
Encadrement Supérieur
des Industries
Audiovisuelles

Modalité: En ligne

Durée: 2 ans

Diplôme: TECH Université Technologique

20 ECTS

Heures de cours: 3.000 h.

Mastère Avancé

Encadrement Supérieur des Industries Audiovisuelles

