

Mastère Spécialisé

MBA Direction d'Entreprises Audiovisuelles





Mastère Spécialisé

MBA en Direction d'Entreprises Audiovisuelles

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Accès au site web: www.techtitute.com/fr/design/master/master-mba-direction-entreprises-audiovisuelles

Sommaire

01

Présentation

page 4

02

Objectifs

page 8

03

Compétences

page 14

04

Structure et contenu

page 18

05

Méthodologie

page 28

06

Diplôme

page 36

01 Présentation

La production audiovisuelle est devenue un art qui permet de créer un produit pour médias et autres secteurs. Aujourd'hui, elle a été affectée par les innombrables progrès technologiques, et ce que l'on appelait autrefois "cinéma et télévision" est devenu un domaine qui s'est adapté aux différents médias numériques qui sont nés ces dernières années. Ce programme a été développé pour vous spécialiser complètement dans ce domaine, avec la solvabilité et le sérieux de la plus grande institution éducative en ligne du monde. Ce programme a été conçu pour fournir des informations actualisées et complètes au concepteur, avec la fiabilité et le sérieux du plus grand établissement d'enseignement en ligne au monde.



“

Disposer des compétences transversales et spécifiques nécessaires pour affronter avec succès la réalité du journalisme culturel dans différents domaines”

Les différentes mutations de l'industrie audiovisuelle se sont vertigineuses, se nourrissant des mouvements sociaux, économiques et culturels dans le monde. C'est pourquoi, afin de travailler dans ce secteur de manière précise et solvable, vous devrez avoir une connaissance large mais concrète des différents domaines et contextes du secteur audiovisuel.

Pour cette raison, l'objectif de ce programme est clair: fournir les outils nécessaires pour organiser et gérer les processus des différents domaines de travail impliqués dans une production audiovisuelle. Avec cette approche, nous commencerons par passer en revue les concepts d'industrie et de culture, en étudiant le journalisme culturel et sa façon de travailler.

Tout d'abord, la partie technique se concentrera sur la réalisation des projets, d'un point de vue théorique et pratique, et emmènera l'étudiant dans un parcours allant de l'idée à la mise en scène. Cette approche leur permettra d'acquérir les connaissances théoriques et les compétences d'application pratique qui leur seront nécessaires tout au long de la formation dans les différentes matières. De cette façon, tout ce qui sera appris sera converti en compétences professionnelles réelles qui leur permettront de développer intensivement leurs compétences. Ainsi, le futur diplômé comprendra la structure du système audiovisuel et la manière dont la production de ce type de contenu envisage son financement et l'évaluation de l'investissement en termes de coûts et de bénéfices.

Un autre aspect pertinent renvoie plus directement à la partie la plus créative du secteur. Pour cette raison, les bases qui déterminent la direction des acteurs de la fiction et la création du discours narratif seront établies. Ces données vous permettront de continuer à progresser vers une compréhension de l'industrie culturelle et des nouveaux modèles de communication qui se développent actuellement. En ce sens, une connaissance approfondie des nouveaux genres et formats utilisés à la télévision est indispensable. Une maîtrise qui vous donnera le recul nécessaire pour la placer dans votre propre façon de créer afin d'atteindre votre public cible.

Tout le contenu est disponible en mode 100% en ligne, ce qui donne à l'étudiant la possibilité de le suivre confortablement, où et quand il le souhaite. Vous n'aurez besoin que d'un appareil avec accès à internet pour faire avancer votre carrière. Une modalité en phase avec l'actualité avec toutes les garanties pour positionner l'ingénieur dans un secteur très demandé.

Ce **Mastère Spécialisé en MBA en Direction d'Entreprises Audiovisuelles** contient le programme le plus complet et le plus actualisé du marché. Ses caractéristiques sont les suivantes:

- ♦ Dernières technologies en matière de logiciels d'enseignement en ligne
- ♦ Un système d'enseignement intensément visuel, soutenu par un contenu graphique et schématique facilitant la compréhension et l'assimilation
- ♦ Développement d'études de cas présentées par des experts actifs
- ♦ Systèmes vidéo interactifs de pointe
- ♦ Enseignement basé sur la télépratique
- ♦ Systèmes de mise à jour et de recyclage continus
- ♦ Apprentissage auto-adaptatif: compatibilité totale avec d'autres professions
- ♦ Exercices pratiques pour l'auto-évaluation et la vérification de l'apprentissage
- ♦ Des groupes de soutien et synergies éducatives: questions à l'expert, forums de discussion et de connaissances
- ♦ Communication avec l'enseignant et travail de réflexion individuel
- ♦ Les contenus sont disponibles à partir de tout dispositif fixe ou portable et doté d'une connexion internet
- ♦ Banques de documents justificatifs disponibles en permanence, y compris après le programme



Apprendre à connaître, comprendre et identifier les nouveaux sujets du journalisme, de la culture et du web 3.0 et se positionner comme un professionnel de haut niveau"

“

Apprenez les bases du fonctionnement du système audiovisuel avec un programme 100% en ligne"

Le programme comprend, dans son corps enseignant, des professionnels du secteur qui apportent à cette formation l'expérience de leur travail, ainsi que des spécialistes reconnus de grandes sociétés et d'universités prestigieuses.

Grâce à son contenu multimédia développé avec les dernières technologies éducatives, les spécialistes bénéficieront d'un apprentissage situé et contextuel, ainsi, ils se formeront dans un environnement simulé qui leur permettra d'apprendre en immersion et de s'entraîner dans des situations réelles.

La conception de ce programme est axée sur l'apprentissage par problèmes, par lequel le professionnel doit essayer de résoudre les différentes situations de pratique professionnelle qui se présentent tout au long du programme académique. Pour ce faire, l'étudiant sera assisté d'un innovant système de vidéos interactives, créé par des experts reconnus.

Acquiert la capacité d'analyse théorique et critique des structures organisationnelles de la communication audiovisuelle, en comprenant les idées principales, les concepts et les éléments connexes.

Il examine le cadre historique, économique-politique, social et technologique dans lequel les produits audiovisuels sont produits, distribués et consommés.



02 Objectifs

TECH accompagne ses étudiants pour qu'ils développent une meilleure version d'eux-mêmes, en leur permettant d'accéder aux informations les plus récentes et les plus complètes du marché, en se concentrant sur l'obtention d'un élan global pour le développement des étudiants, non seulement dans le domaine académique, dans lequel nous mettons les plus hauts standards de qualité, mais aussi dans le domaine personnel. Ainsi, le programme axé sur la Direction d'Entreprises Audiovisuelles a pour objectif d'élargir les connaissances préalables de l'étudiant dans le domaine du Journalisme et de l'Industrie Audiovisuelle, en apprenant à exercer certaines fonctions dans ce domaine.





“

Réalisez vos objectifs professionnels et apprenez efficacement l'utilisation des outils technologiques dans le processus audiovisuel"



Objectifs généraux

- ◆ 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



Analyse et conçoit des stratégies innovantes qui contribuent à l'amélioration des processus de gestion et de prise de décision dans la gestion d'une entreprise audiovisuelle"





Objectifs spécifiques

Module 1. Journalisme Culturel

- ◆ Disposer des compétences transversales et spécifiques nécessaires pour affronter avec succès la réalité du journalisme culturel dans différentes sphères
- ◆ Avoir une connaissance approfondie de la communication numérique et du journalisme culturel
- ◆ Savoir identifier, créer et développer des histoires avec les différents points qui l'englobent, marqués par la rigueur et le personal branding
- ◆ Connaître et développer les lignes directrices essentielles pour la réalisation de la documentation en journalisme culturel
- ◆ Connaître, comprendre et identifier les nouveaux thèmes du Journalisme, de la Culture et du Web 3.0
- ◆ Connaître l'utilisation des réseaux sociaux dans le journalisme culturel et les genres journalistiques
- ◆ Savoir exploiter l'information via les réseaux sociaux et élaborer un Plan de Communication
- ◆ Développer des contenus spécifiques au sein du journalisme culturel en termes de positionnement

Module 2. Théorie et Technique de la Réalisation

- ◆ Comprendre l'environnement de travail de l'équipe de production: moyens technologiques, routines techniques et ressources humaines La figure du directeur dans les contextes professionnels: compétences et responsabilités
- ◆ Connaître le parcours créatif de l'idée, du scénario au produit sur l'écran
- ◆ Apprendre les principes de base des éléments de la mise en scène
- ◆ Être capable d'analyser et de prévoir les moyens nécessaires à partir d'une séquence
- ◆ Acquérir la capacité de planifier des séquences narratives et documentaires en fonction des moyens disponibles
- ◆ Connaître les techniques de base de la réalisation de films

- ◆ Identifier et utiliser de manière appropriée les outils technologiques dans les différentes phases du processus audiovisuel
- ◆ Apprendre à mettre en pratique les éléments et processus fondamentaux du Storytelling Audiovisuel
- ◆ Connaître les caractéristiques, les utilisations et les besoins des projets audiovisuels multicaméras
- ◆ Pouvoir transférer des programmes de télévision du poste à l'écran
- ◆ Comprendre les besoins et les avantages du travail en équipe dans les Projets Audiovisuels Multicaméras

Module 3. Structure du Système Audiovisuelle

- ◆ Connaître les bases du fonctionnement du Système Audiovisuel (définir les contenus fondamentaux, connaître les auteurs/producteurs, le système de gestion des contenus, etc)
- ◆ Acquérir la capacité d'analyse théorique et critique des structures organisationnelles de la communication audiovisuelle (comprendre les idées principales, relier les concepts et les éléments)
- ◆ Approfondir le cadre historique, économique-politique, social et technologique dans lequel les produits audiovisuels sont produits, distribués et consommés
- ◆ Apprendre la nature et les interrelations entre les sujets de la communication audiovisuelle: auteurs, institutions, entreprises, médias, supports et récepteurs
- ◆ Identifier les questions et débats actuels concernant le système audiovisuel

Module 4. Production Audiovisuelle

- ◆ 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 Oeuvres Audiovisuelles
- ◆ Connaître le cadre juridique et la législation qui articule le secteur de la production audiovisuelle et son impact sur les différents formats de production
- ◆ Être capable d'identifier la conception de la production d'une œuvre audiovisuelle à partir de l'analyse de ses sources de financement
- ◆ Identifier les différents postes du budget d'une œuvre audiovisuelle
- ◆ Identifier les décisions de production basées sur la copie finale d'une production audiovisuelle
- ◆ Définir les modes d'exploitation et de commercialisation des productions audiovisuelles
- ◆ Identifier et classer les équipes humaines et les moyens techniques appropriés et nécessaires pour chaque phase du projet: pré-production, enregistrement/filmage, post-production
- ◆ Contrôler le processus d'amortissement des productions audiovisuelles

Module 5. Réalisation de fictions et direction d'acteurs

- ◆ Fournir à l'étudiant 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, sur différents supports et technologies
- ◆ Étudier les processus de création, de production et de post-production des œuvres audiovisuelles (cinéma, télévision), ainsi que les éléments de base de la narration (image et son)
- ◆ Traiter de manière adéquate les modèles théoriques de la construction narrative, les mécanismes impliqués dans la création d'histoires et leur articulation à travers la mise en scène, le montage et la post-production
- ◆ Connaître la mise en scène intégrale des Productions Audiovisuelles cinématographiques et télévisuelles, en assumant la responsabilité de la direction des acteurs et en s'adaptant au scénario, au plan de travail ou au budget préalable

- ◆ Être capable et compétence pour les tâches de réalisation/réalisation de films selon un calendrier, un scénario et un plan de tournage
- ◆ Relier le film aux autres arts picturaux tels que la photographie et la peinture
- ◆ Analyser les différences entre la mise en scène pour le théâtre et pour le cinéma afin de comprendre les particularités de ces deux langages
- ◆ Connaître les méthodes d'interprétation et leur origine afin de rendre la communication acteur-réalisateur plus fluide

Module 6. Industries Culturelles et nouveaux modèles économiques de communication

- ◆ Étudier les transformations qui se sont produites dans les industries culturelles en matière d'approvisionnement et de consommation des réseaux
- ◆ Approfondir les défis que l'environnement numérique pose aux modèles économiques des entreprises journalistiques et autres industries culturelles traditionnelles
- ◆ Analyser et concevoir des stratégies innovantes qui contribuent à l'amélioration des processus de gestion et de prise de décision, ainsi qu'à l'élaboration de produits d'information conformes aux besoins des publics et des annonceurs
- ◆ Comprendre les changements dans les processus d'organisation et de gestion des ressources stratégiques, humaines, matérielles et techniques des nouvelles entreprises dans l'environnement numérique

Module 7. Gestion et Promotion des Produits Audiovisuels

- ◆ Connaître les concepts fondamentaux qui régissent la distribution, la commercialisation et la diffusion d'un produit audiovisuel dans la société contemporaine
- ◆ Identifier les différentes fenêtres d'exposition audiovisuelle et la supervision des amortissements
- ◆ Connaître les stratégies de production exécutive dans le développement et la distribution ultérieure de projets audiovisuels
- ◆ Identifier la conception marketing d'une Production Audiovisuelle à travers sa répercussion dans les différents médias audiovisuels contemporains
- ◆ Connaître l'histoire et les problèmes contemporains des festivals de films

- ◆ Identifier les différentes catégories et modalités des festivals de films
- ◆ Analyser et interpréter les logiques économiques, culturelles et esthétiques des festivals de films aux niveaux local, national et mondial

Module 8. Genres, formats et programmation en télévision

- ◆ Connaître le concept de genre appliqué à la Production de Fiction et de divertissement télévisuel
- ◆ Distinguer et interpréter les différents genres de Production de Fiction et de divertissement télévisuel et leur évolution dans le temps
- ◆ Disposer d'une capacité d'analyse culturelle, sociale et économique des genres télévisuels comme élément structurant des pratiques de création et de consommation audiovisuelles
- ◆ Connaître les modifications et les hybridations qui se produisent dans les genres télévisuels dans le contexte de la télévision contemporaine
- ◆ Reconnaître les différents formats dans le contexte du panorama télévisuel actuel
- ◆ Identifier les clés d'un format, sa structure, son fonctionnement et ses facteurs d'impact
- ◆ Savoir interpréter, analyser et commenter un format télévisuel d'un point de vue professionnel, esthétique et culturel
- ◆ Connaître les principales techniques et procédés de programmation de la télévision généraliste
- ◆ Être capable de comprendre et analyser de manière critique les processus de l'offre télévisuelle, son évolution et sa réalité actuelle, en relation avec le phénomène de la réception et les contextes sociaux et culturels dans lesquels elle est produite

Module 9. Public Audiovisuel

- ◆ Comprendre, sur un plan théorique, les courants d'études consacrés à la Réception Audiovisuelle
- ◆ Identifier les différences existant entre les différentes manières d'aborder l'étude de la réception audiovisuelle et l'état actuel de la question
- ◆ Comprendre le fonctionnement des réseaux sociaux en tant qu'élément fondamental de l'environnement audiovisuel actuel
- ◆ Comprendre les liens entre le public et le contenu
- ◆ Comprendre les transformations découlant de la numérisation

Module 10. Scénario de télévision: programmes et fictions

- ◆ Comprendre le processus créatif et industriel dans l'élaboration d'un scénario de Fiction pour la télévision
- ◆ Identifier les différents genres de programmes télévisés afin de déterminer les techniques de scénarisation qu'ils requièrent
- ◆ Connaître les différents outils à la disposition d'un scénariste de télévision
- ◆ Apprendre comment le format d'un programme télévisé est lié à ses techniques d'écriture
- ◆ Comprendre les bases de la dynamique du format d'un programme télévisé
- ◆ Obtenez une vue d'ensemble des franchises internationales de formats d'émissions de télévision
- ◆ Utiliser un point de vue critique lors de l'analyse des différents genres et formats de programmes télévisés à partir de leur scénario
- ◆ Connaître les modalités de présentation d'un projet de scénario de série télévisée

03

Compétences

A l'issue de ce programme, l'étudiant aura une vision plus complète de la gestion des affaires audiovisuelles. Avec le développement du programme, les compétences et les capacités qui permettront à l'étudiant d'évoluer dans sa carrière professionnelle seront renforcées. Par conséquent, ils comprendront la gestion globale d'un projet de communication dans chacune de ses phases, en étant capables de prendre les bonnes décisions face à toute éventualité et en conservant à tout moment un esprit objectif.



“

Développer votre capacité à comprendre et à analyser de manière critique les processus de diffusion télévisuelle”



Compétence générale

- ◆ 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 participent



Étudiez les transformations qui se sont produites dans les industries culturelles en matière d'offre et de consommation dans les réseaux numériques et prenez les mesures nécessaires pour devenir un meilleur professionnel"



Compétences spécifiques

- ◆ Décrire ce qu'est le journalisme culturel
- ◆ Savoir se déplacer efficacement dans le réseau 3.0
- ◆ Comment utiliser les réseaux sociaux dans un environnement journalistique ?
- ◆ Connaître la composition des équipes de production audiovisuelle
- ◆ Comment organiser une mise en scène
- ◆ Planifier des actions narratives adaptées aux moyens disponibles
- ◆ Maîtriser les différentes phases du projet audiovisuel
- ◆ Utiliser le système multi-caméra
- ◆ Connaître et appliquer les structures organisationnelles de la communication audiovisuelle
- ◆ Savoir s'adapter aux formes de consommation à un moment donné
- ◆ Connaître le code relationnel des différents agents de la communication audiovisuelle
- ◆ Avoir une vision contextuelle
- ◆ Décrire l'évolution historique de la production audiovisuelle
- ◆ Connaître le cadre juridique
- ◆ Créer des produits adaptés au financement disponible
- ◆ Affecter le budget à différents postes

- ◆ Connaître les canaux de distribution
 - ◆ Organiser les différentes équipes
 - ◆ Planification de l'amortissement des produits audiovisuels
 - ◆ Réaliser un produit audiovisuel sur différents supports
 - ◆ Connaître les différents processus de création et de production
 - ◆ Créer et superviser la création d'une narration audiovisuelle
 - ◆ Mise en scène d'un projet audiovisuel
 - ◆ Réalisation d'un projet audiovisuel
 - ◆ Diriger les acteurs
 - ◆ S'adapter aux transformations de l'offre et de la consommation
 - ◆ Reconnaître les défis du paysage numérique
 - ◆ Concevoir des stratégies de gestion innovantes
 - ◆ Savoir organiser la distribution efficace d'un produit audiovisuel
 - ◆ Superviser l'amortissement du produit
 - ◆ Appliquer l'organisation exécutive à ces tâches
 - ◆ Reconnaître les différents modèles de marketing
- ◆ Expliquez la situation actuelle du cinéma dans ce contexte
 - ◆ Reconnaître tous les genres de production audiovisuelle
 - ◆ Expliquer la relation entre les genres et le momentum social
 - ◆ Connaître l'état actuel de la consommation télévisuelle
 - ◆ Reconnaître les différentes clés de communication des différents formats en fonction des contextes culturels
 - ◆ Définir les différents courants d'études dans le secteur audiovisuel
 - ◆ Comprendre le fonctionnement des réseaux de ce point de vue
 - ◆ Décrire la relation entre le public et le contenu
 - ◆ Savoir quelles adaptations sont nécessaires pour la numérisation de l'audiovisuel
 - ◆ Savoir comment fonctionne le processus de création d'un scénario de fiction
 - ◆ Savoir de quel type de scénario chaque genre a besoin
 - ◆ Connaître le travail du scénariste de télévision
 - ◆ Connaître les différentes franchises de formats télévisés
 - ◆ Présenter un projet de série TV

04

Structure et contenu

Pour répondre aux exigences que ce secteur demande à ses dirigeants, un programme a été élaboré qui concentre le profil de l'étudiant sur le domaine des entreprises audiovisuelles. Avec chaque module, le professionnel pourra se familiariser avec l'utilisation des réseaux sociaux dans le cadre du journalisme culturel et des genres journalistiques. Tout cela, d'un point de vue global dans les domaines de son application au niveau international, en incorporant tous les domaines de travail impliqués dans le développement du professionnel dans ce type d'environnement de travail.





“

Un cursus complet destiné à vous fournir tous les outils pour acquérir la capacité d'analyse théorique et critique des structures organisationnelles de la communication audiovisuelle"

Module 1. Journalisme culturel

- 1.1. Le journalisme culturel dans les médias conventionnels et son intégration dans le monde numérique
- 1.2. L'art de raconter des histoires
- 1.3. Lignes directrices essentielles pour la documentation journalistique culturelle
- 1.4. La philosophie de la communication 3.0
- 1.5. Gestion des médias et réseaux sociaux
- 1.6. Contenu journalistique interactif
- 1.7. Paradigme de la communication
- 1.8. Positionnement sur le Web: SEO, SEM, SMO, SMM et SERM. Contenu journalistique spécialisées

Module 2. Théorie et technique de la réaliser

- 2.1. La réalisation en tant que construction de l'œuvre audiovisuelle. L'équipe de travail
 - 2.1.1. Du scénario littéraire au scénario technique ou au compte-rendu
 - 2.1.2. L'équipe de travail
- 2.2. Les éléments du décor de l'écran. Les matériaux de construction
 - 2.2.1. Pré-adaptation spatiale. Direction artistique
 - 2.2.2. Les éléments de la mise en scène
- 2.3. Pré-production. Les documents de production
 - 2.3.1. Scénario technique
 - 2.3.2. Le plan scénographique
 - 2.3.3. Le *storyboard*
 - 2.3.4. Planification
 - 2.3.5. Le plan de tir
- 2.4. La valeur expressive du son
 - 2.4.1. Typologie des éléments sonores
 - 2.4.2. Construction de l'espace sonore
- 2.5. La valeur expressive de la lumière
 - 2.5.1. Valeur expressive de la lumière
 - 2.5.2. Techniques d'éclairage de base



- 2.6. Techniques de base de prise de vue avec un seul appareil photo
 - 2.6.1. Usages et techniques de la prise de vue avec une seule caméra
 - 2.6.2. Le sous-genre du *found footage*. Films de fiction et documentaires
 - 2.6.3. La réalisation de films monocaméra à la télévision
- 2.7. Rédaction
 - 2.7.1. Le montage en tant qu'assemblage. La reconstruction de l'espace-temps
 - 2.7.2. Techniques de montage non linéaires
- 2.8. Post-production et étalonnage des couleurs
 - 2.8.1. Post production
 - 2.8.2. Concept d'édition verticale
 - 2.8.3. L'étalonnage des couleurs
- 2.9. Formats et équipements de production
 - 2.9.1. Formats multi-caméras
 - 2.9.2. Le studio et l'équipement
- 2.10. Clés, techniques et routines de la réalisation de films multicaméra
 - 2.10.1. Techniques multi-caméras
 - 2.10.2. Quelques formats courants

Module 3. Structure du Système Audiovisuelle

- 3.1. Une introduction aux Industries Culturelles (I.C.)
 - 3.1.1. Concepts de la culture. Culture-Communication
 - 3.1.2. Théorie et évolution de l'I.C.: typologie et modèles
- 3.2. Industrie cinématographique I
 - 3.2.1. Principales caractéristiques et Agents
 - 3.2.2. Structure du système cinématographique
- 3.3. Industrie cinématographique II
 - 3.3.1. L'industrie cinématographique américaine
 - 3.3.2. Sociétés de production indépendantes
 - 3.3.3. Problèmes et débats dans l'industrie cinématographique
- 3.4. Industrie cinématographique III
 - 3.4.1. Réglementation des films: État et culture. Politiques de protection et de promotion de la cinématographie
 - 3.4.2. Étude de cas

- 3.5. Industrie télévisuel I
 - 3.5.1. La télévision économique
 - 3.5.2. Modèles fondateurs
 - 3.5.3. Transformations
- 3.6. Industrie télévisuel II
 - 3.6.1. L'industrie de la télévision américaine
 - 3.6.2. Principales caractéristiques
 - 3.6.3. Réglementation des États
- 3.7. Industrie télévisuel III
 - 3.7.1. La télévision de Service public en Europe
 - 3.7.2. Crises et débats
- 3.8. Les axes de changement
 - 3.8.1. Nouveaux processus dans le secteur audiovisuel
 - 3.8.2. Débats sur la réglementation
- 3.9. Télévision Numérique Terrestre (TNT)
 - 3.9.1. Rôle de l'État et expériences
 - 3.9.2. Les nouvelles caractéristiques du système de télévision
- 3.10 Nouveaux opérateurs dans le paysage audiovisuel
 - 3.10.1. Plateformes de services Over-the-top (OTT)
 - 3.10.2. Conséquences de leur émergence

Module 4. Production Audiovisuelle

- 4.1. Production Audiovisuelle
 - 4.1.1. Concepts introductifs
 - 4.1.2. L'industrie audiovisuelle
- 4.2. L'équipe de production
 - 4.2.1. Les professionnels
 - 4.2.2. Le producteur et le scénario
- 4.3. Le projet audiovisuel
 - 4.3.1. Gestion de projets
 - 4.3.2. Évaluation du projet
 - 4.3.3. Présentation du projet

- 4.4. Modalités de production et de financement
 - 4.4.1. Financement de la production audiovisuelle
 - 4.4.2. Modes de production audiovisuelle
 - 4.4.3. Ressources pour le préfinancement
- 4.5. L'équipe de production et le découpage du scénario
 - 4.5.1. L'équipe de production
 - 4.5.2. Le découpage du scénario
- 4.6. Les lieux de tournage
 - 4.6.1. Les lieux
 - 4.6.2. Les ensembles
- 4.7. Contrats de casting et de tournage
 - 4.7.1. Casting
 - 4.7.2. Le test du casting
- 4.8. Le plan de travail et le budget de l'œuvre audiovisuelle
 - 4.8.1. Le plan de travail
 - 4.8.2. Le budget
- 4.9. Production de films ou d'enregistrements
 - 4.9.1. La préparation du tournage
 - 4.9.2. L'équipement et les moyens de tournage
- 4.10. La post-production et le bilan final de l'œuvre audiovisuelle
 - 4.10.1. Montage et post-production
 - 4.10.2. Bilan final et exploitation

Module 5. Réalisation de fictions et direction d'acteurs

- 5.1. La réalisation de la fiction
 - 5.1.1. Introduction
 - 5.1.2. Le processus et ses outils
- 5.2. L'optique et la caméra
 - 5.2.1. Objectifs et cadrage
 - 5.2.2. Mouvement de la caméra
 - 5.2.3. Continuité
- 5.3. Lumière et couleur: aspects théoriques
 - 5.3.1. Exposition
 - 5.3.2. Théorie des couleurs

- 5.4. L'éclairage au cinéma
 - 5.4.1. Outils
 - 5.4.2. L'éclairage comme récit
- 5.5. Couleur et optique
 - 5.5.1. Contrôle des couleurs
 - 5.5.2. Optique
 - 5.5.3. Contrôle de l'image
- 5.6. Le travail sur le plateau
 - 5.6.1. La liste des plans
 - 5.6.2. L'équipage et ses fonctions
- 5.7. Questions techniques relatives à la réalisation de films
 - 5.7.1. Ressources techniques
- 5.8. La vision des directeurs
 - 5.8.1. Les directeurs prennent la parole
- 5.9. Transformations numériques
 - 5.9.1. Les transformations analogiques-numériques dans la photographie cinématographique
 - 5.9.2. Le règne de la post-production numérique
- 5.10. Direction des acteurs
 - 5.10.1. Introduction
 - 5.10.2. Principales méthodes et techniques
 - 5.10.3. Travailler avec des acteurs

Module 6. Industries Culturelles et nouveaux modèles économiques de communication

- 6.1. Les concepts de culture, d'économie, de communication, de technologie, d'IC et d'environnement
 - 6.1.1. Culture, économie, communication
 - 6.1.2. Industries culturelles
- 6.2. Technologie, communication et culture
 - 6.2.1. La culture artisanale transformée en marchandise
 - 6.2.2. Du spectacle vivant aux arts visuels
 - 6.2.3. Musées et patrimoine

- 6.3. Les grands secteurs des industries culturelles
 - 6.3.1. Produits d'édition
 - 6.3.2. IC de flux
 - 6.3.3. Modèles hybrides
- 6.4. L'ère numérique dans les industries culturelles
 - 6.4.1. Industries culturelles numériques
 - 6.4.2. Nouveaux modèles à l'Ère Numérique
- 6.5. Les médias numériques et les médias à l'ère numérique
 - 6.5.1. Le secteur de la presse en ligne
 - 6.5.2. La radio dans l'environnement numérique
 - 6.5.3. Les particularités des médias à l'ère numérique
- 6.6. Mondialisation et diversité de la culture
 - 6.6.1. Concentration, internationalisation et mondialisation des industries culturelles
 - 6.6.2. La lutte pour la diversité culturelle
- 6.7. Politiques culturelles et de coopération
 - 6.7.1. Politiques culturelles
 - 6.7.2. Le rôle des États et des régions
- 6.8. La diversité musicale dans le nuage
 - 6.8.1. Le secteur de la musique aujourd'hui
 - 6.8.2. Le nuage
 - 6.8.3. Initiatives latino-américaines/latines
- 6.9. La diversité dans l'industrie audiovisuelle
 - 6.9.1. Du pluralisme à la diversité
 - 6.9.2. Diversité, culture et communication
 - 6.9.3. Conclusions et propositions
- 6.10. La diversité audiovisuelle sur Internet
 - 6.10.1. Le système audiovisuel à l'ère de l'Internet
 - 6.10.2. Offre et diversité de la télévision
 - 6.10.3. Conclusions

Module 7. Gestion et Promotion des Produits Audiovisuels

- 7.1. Distribution audiovisuelle
 - 7.1.1. Introduction
 - 7.1.2. Les acteurs de la distribution
 - 7.1.3. Les produits du marketing
 - 7.1.4. Les domaines de la distribution audiovisuelle
 - 7.1.5. Distribution internationale
- 7.2. La société de distribution
 - 7.2.1. Structure de l'organisation
 - 7.2.2. Négociation du contrat de distribution
 - 7.2.3. Clients internationaux
- 7.3. Fenêtres d'exploitation, contrats et ventes internationales
 - 7.3.1. Fenêtres d'exploitation
 - 7.3.2. Contrats de distribution internationale
 - 7.3.3. Ventes internationales
- 7.4. Marketing cinématographique
 - 7.4.1. Marketing cinématographique
 - 7.4.2. La chaîne de valeur de la production cinématographique
 - 7.4.3. Les supports publicitaires au service de la promotion
 - 7.4.4. Outils de lancement
- 7.5. Les études de marché dans le cinéma
 - 7.5.1. Introduction
 - 7.5.2. Phase de pré-production
 - 7.5.3. Phase de post-production
 - 7.5.4. Phase de commercialisation
- 7.6. Réseaux sociaux et promotion des films
 - 7.6.1. Introduction
 - 7.6.2. Promesses et limites des réseaux sociaux
 - 7.6.3. Les objectifs et leur mesure
 - 7.6.4. Calendrier et stratégies de promotion
 - 7.6.5. Interpréter ce que disent les réseaux

- 7.7. Distribution audiovisuelle sur Internet I
 - 7.7.1. Le nouveau monde de la distribution audiovisuelle
 - 7.7.2. Le processus de distribution sur Internet
 - 7.7.3. Produits et possibilités dans le nouveau scénario
 - 7.7.4. Nouveaux modes de distribution
- 7.8. Distribution audiovisuelle sur Internet II
 - 7.8.1. Les clés du nouveau scénario
 - 7.8.2. Les dangers de la distribution sur Internet
 - 7.8.3. La *Video on Demand* (VOD) comme nouvelle fenêtre de distribution
- 7.9. De nouveaux espaces pour la distribution
 - 7.9.1. Introduction
 - 7.9.2. La révolution Netflix
- 7.10. Festivals de cinéma
 - 7.10.1. Introduction
 - 7.10.2. Le rôle des festivals de films dans la distribution et l'exploitation

Module 8. Genres, formats et programmation en télévision

- 8.1. Le genre à la télévision
 - 8.1.1. Introduction
 - 8.1.2. Genre de la télévision
- 8.2. Format de télévision
 - 8.2.1. Approche du concept de format
 - 8.2.2. Format de la télévision
- 8.3. Créer la télévision
 - 8.3.1. Le processus de création dans le domaine du divertissement
 - 8.3.2. Le processus créatif dans la fiction
- 8.4. Évolution des formats sur le marché international d'aujourd'hui I
 - 8.4.1. Consolidation du format
 - 8.4.2. Le format de la télé-réalité
 - 8.4.3. Quoi de neuf dans la télé-réalité
 - 8.4.4. La télévision numérique terrestre et la crise financière



- 8.5. Évolution des formats sur le marché international d'aujourd'hui II
 - 8.5.1. Marchés émergents
 - 8.5.2. Marques mondiales
 - 8.5.3. La télévision se réinvente
 - 8.5.4. L'ère de la mondialisation
- 8.6. Vendre le format. Le *pitching*
 - 8.6.1. Vendre un format de télévision
 - 8.6.2. Le *pitching*
- 8.7. Introduction à la programmation télévisuelle
 - 8.7.1. Le rôle de la programmation
 - 8.7.2. Facteurs affectant la programmation
- 8.8. Modèles de programmation télévisuelle
 - 8.8.1. États-Unis et Royaume-Uni
- 8.9. La pratique professionnelle de la programmation télévisuelle
 - 8.9.1. Le département de programmation
 - 8.9.2. Programmation pour la télévision
- 8.10. Recherche d'audience
 - 8.10.1. Recherche sur l'audience de la télévision
 - 8.10.2. Concepts d'audience et audimat

Module 9. Public Audiovisuel

- 9.1. Les publics dans les médias audiovisuels
 - 9.1.1. Introduction
 - 9.1.2. La constitution des audiences
- 9.2. L'étude des audiences: les traditions I
 - 9.2.1. Théorie des effets
 - 9.2.2. Théorie des usages et des gratifications
 - 9.2.3. Études culturelles
- 9.3. L'étude des audiences: les traditions
 - 9.3.1. Études d'accueil
 - 9.3.2. Audience envers les études humanistes
- 9.4. Les publics dans une perspective économique
 - 9.4.1. Introduction
 - 9.4.2. Mesure de l'audience

- 9.5. Théories de la réception
 - 9.5.1. Introduction aux théories de la réception
 - 9.5.2. Approche historique des études de réception
- 9.6. Les publics dans le monde numérique
 - 9.6.1. Environnement numérique
 - 9.6.2. Culture de la communication et de la convergence
 - 9.6.3. La nature active des publics
 - 9.6.4. Interactivité et participation
 - 9.6.5. La transnationalité des publics
 - 9.6.6. Des publics fragmentés
 - 9.6.7. L'autonomie des publics
- 9.7. Auditions: les questions essentielles I
 - 9.7.1. Introduction
 - 9.7.2. Qui sont-ils ?
 - 9.7.3. Pourquoi consomment-ils ?
- 9.8. Auditions: les questions essentielles II
 - 9.8.1. Que consomment-ils ?
 - 9.8.2. Comment consomment-ils ?
 - 9.8.3. Avec quels effets ?
- 9.9. Le modèle d' *Engagement* I
 - 9.9.1. L' *Engagement* comme métadimension du comportement de l'audience
 - 9.9.2. L'évaluation complexe de l' *Engagement*
- 9.10. Le modèle d' *Engagement* II
 - 9.10.1. Introduction. Les dimensions de l' *Engagement*
 - 9.10.2. L' *Engagement* et expériences des utilisateurs
 - 9.10.3. L' *Engagement* en tant que réponse émotionnelle du public
 - 9.10.4. L' *Engagement* comme résultat de la cognition humaine
 - 9.10.5. Comportements observables des spectateurs comme expression de l' *engagement*

Module 10. Scénario de télévision: programmes et fictions

- 10.1. Récit télévisé
 - 10.1.1. Concepts et limites
 - 10.1.2. Codes et structures
- 10.2. Les catégories narratives à la télévision
 - 10.2.1. Énonciation
 - 10.2.2. Personnages
 - 10.2.3. Actions et transformations
 - 10.2.4. Espace
 - 10.2.5. Temps
- 10.3. Genres et formats de télévision
 - 10.3.1. Unités narratives
 - 10.3.2. Genres et formats de télévision
- 10.4. Formats de fiction
 - 10.4.1. Fiction télévisée
 - 10.4.2. Sitcoms
 - 10.4.3. Série dramatique
 - 10.4.4. Les feuilletons
 - 10.4.5. Autres formats
- 10.5. Le scénario de fiction pour la télévision
 - 10.5.1. Introduction
 - 10.5.2. La technique
- 10.6. Drame de télévision
 - 10.6.1. La série dramatique
 - 10.6.2. Les feuilletons
- 10.7. Série comique
 - 10.7.1. Introduction
 - 10.7.2. La sitcom
- 10.8. Le scénario de divertissement
 - 10.8.1. Le script étape par étape
 - 10.8.2. Écrire pour dire



- 10.9. Écrire le scénario du divertissement
 - 10.9.1. Réunion sur le scénario
 - 10.9.2. Scénario technique
 - 10.9.3. Répartition de la production
 - 10.9.4. Le résumé
- 10.10. Conception de scénarios de divertissement
 - 10.10.1. *Magazin*
 - 10.10.2. Programme d'humour
 - 10.10.3. *Spectacle de talents*
 - 10.10.4. Documentaire
 - 10.10.5. Autres formats

“

Comprendre le fonctionnement des réseaux sociaux en tant qu'élément fondamental de l'environnement audiovisuel d'aujourd'hui et devenir un professionnel compétitif au niveau international"

05

Méthodologie

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

Ce système d'enseignement est utilisé, par exemple, dans les écoles de médecine les plus prestigieuses du monde et a été considéré comme l'un des plus efficaces par des publications de premier plan telles que le **New England Journal of Medicine**.



“

Découvrez 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 exigent la mémorisation”

Étude de Cas pour mettre en contexte tout le contenu

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

“

Avec TECH, vous pouvez expérimenter une manière d'apprendre qui ébranle les fondations des universités traditionnelles du monde entier”



Vous bénéficierez d'un système d'apprentissage basé sur la répétition, avec un enseignement naturel et progressif sur l'ensemble du cursus.



L'étudiant 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

Cette formation TECH est un programme d'enseignement intensif, créé de toutes pièces, qui propose les défis et les décisions les plus exigeants dans ce domaine, tant au niveau national qu'international. Grâce à cette méthodologie, l'épanouissement personnel et professionnel est stimulé, faisant ainsi un pas décisif vers la réussite. La méthode des cas, technique qui constitue la base de ce contenu, permet de suivre la réalité économique, sociale et professionnelle la plus actuelle.

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

La méthode des cas a été le système d'apprentissage le plus utilisé par les meilleures facultés du monde. Développée en 1912 pour que les étudiants en Droit n'apprennent pas seulement le droit sur la base d'un contenu théorique, la méthode des cas consiste à leur présenter des situations réelles complexes afin qu'ils prennent des décisions éclairées et des jugements de valeur sur la manière de les résoudre. En 1924, elle a été établie comme méthode d'enseignement standard à Harvard.

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

Relearning Methodology

TECH combine efficacement la méthodologie des études de cas avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la répétition, qui associe 8 éléments didactiques différents dans chaque leçon.

Nous enrichissons l'Étude de Cas 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 qui a fait ses preuves. En 2019, nous avons réussi à améliorer les niveaux de satisfaction globale de nos étudiants (qualité de l'enseignement, qualité des supports, structure des cours, objectifs...) par rapport aux indicateurs de la meilleure université en ligne.





Dans notre programme, l'apprentissage n'est pas un processus linéaire, mais se déroule en spirale (apprendre, désapprendre, oublier et réapprendre). Par conséquent, chacun de ces éléments est combiné 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, les compétences en gestion, les sciences du sport, la philosophie, le droit, l'ingénierie, le journalisme, l'histoire, les marchés financiers et les instruments. 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 avec moins d'efforts et plus de performance, en vous impliquant davantage dans votre formation, en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant des opinions: une équation directe vers le succès.

À partir des dernières preuves 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 manière, et dans ce que l'on appelle Neurocognitive context-dependent e-learning, les différents éléments de notre programme sont reliés au contexte dans lequel le participant développe sa pratique professionnelle.

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



Support d'étude

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseigneront le cours, spécifiquement pour le cours, 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, avec les dernières techniques qui offrent des pièces de haute qualité dans chacun des matériaux qui sont mis à la disposition de l'étudiant.



Cours magistraux

Il existe de nombreux faits scientifiques prouvant l'utilité de l'observation par un tiers expert.

La méthode "Learning from an Expert" permet au professionnel de renforcer ses connaissances ainsi que sa mémoire, puis lui permet d'avoir davantage confiance en lui concernant la prise de décisions difficiles.



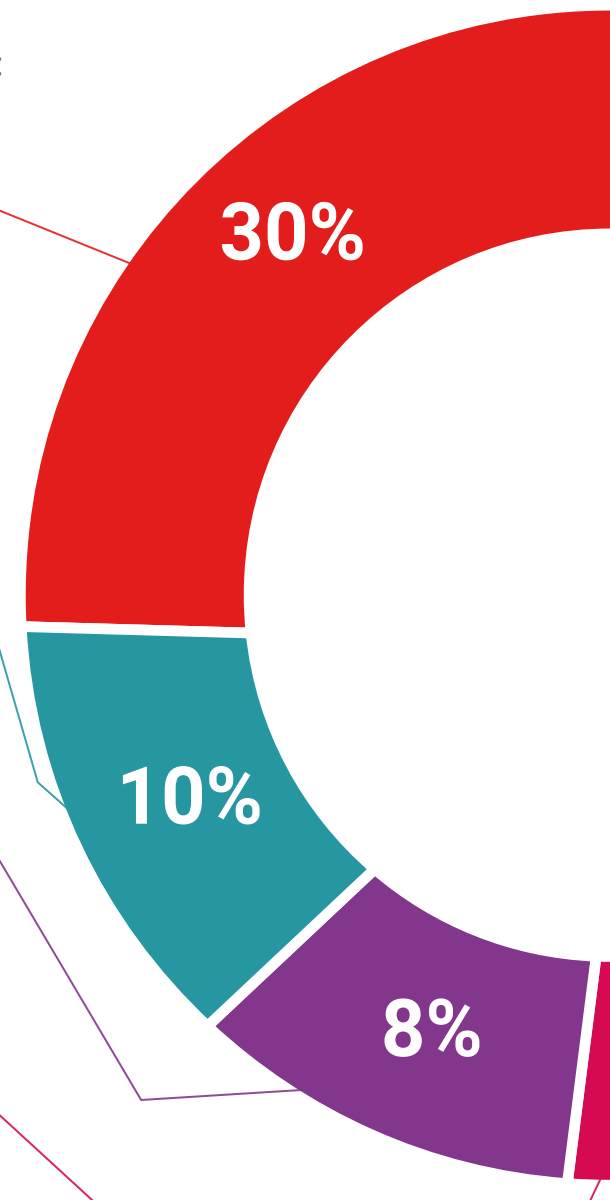
Pratiques en compétences et aptitudes

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



Lectures complémentaires

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

Ils réaliseront une sélection des meilleures études de cas choisies spécifiquement pour ce diplôme. Des cas présentés, analysés et tutorés par les meilleurs spécialistes de la scène internationale.



Résumés interactifs

L'équipe TECH présente les contenus de manière attrayante et dynamique dans des pilules multimédia comprenant des audios, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de renforcer 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.



06 Diplôme

Le Mastère Spécialisé en MBA en Direction d'Entreprises Audiovisuelles garantit, outre la formation la plus rigoureuse et la plus actualisée, l'accès à un diplôme de Mastère Spécialisé délivré par TECH Université Technologique.



“

*Terminez ce programme avec succès
et recevez votre diplôme sans avoir à
vous soucier des déplacements ou des
formalités administratives”*

Ce **Mastère Spécialisé en MBA en Direction d'Entreprises Audiovisuelles** contient le programme le plus complet et le plus actualisé du marché.

Après avoir passé l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier* avec accusé de réception son diplôme de **Mastère Spécialisé** délivré par **TECH Université Technologique**.

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

Diplôme: **Mastère Spécialisé en MBA en Direction d'Entreprises Audiovisuelles**
Heures Officielles **1.500 h.**



*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 Spécialisé
MBA en Direction d'Entreprises
Audiovisuelles

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Mastère Spécialisé

MBA Direction d'Entreprises Audiovisuelles

