

Executive Master

MBA em Gestão de Empresas
Audiovisuais

M B A G E A



tech global
university



Executive Master MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificação: TECH Global University
- » Acreditação: 60 ECTS
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Exames: online
- » Indicado para: Licenciados, titulares de diplomas e licenciados universitários que tenham completado anteriormente qualquer uma das qualificações no domínio da Comunicação Audiovisual.

Acesso ao site: www.techtute.com/pt/escola-de-negocios/executive-master/executive-master-mba-gestao-empresas-audiovisuais

Índice

01

Boas-vindas

pág. 4

02

Porquê estudar na TECH?

pág. 6

03

Porquê o nosso programa?

pág. 10

04

Objetivos

pág. 14

05

Competências

pág. 20

06

Estrutura e conteúdo

pág. 26

07

Metodologia

pág. 36

08

O perfil dos nossos alunos

pág. 44

09

Direção do curso

pág. 48

10

Impacto para a sua carreira

pág. 52

11

Benefícios para a sua empresa

pág. 56

12

Certificação

pág. 60

01

Boas-vindas

As várias mudanças na indústria audiovisual foram aceleradas, alimentando-se de movimentos sociais, económicos e culturais em todo o mundo. Por esta razão, a produção audiovisual tornou-se uma arte que ajuda a criar um produto para diferentes meios de comunicação e outros setores. Por outro lado, o impacto da tecnologia neste setor é inegável, tornando possível a adaptação às novas exigências das gerações modernas. Consequentemente, há necessidade de profissionais que sejam capazes de gerir com sucesso uma equipa de produção e pós-produção e que tenham as competências necessárias para lidar com sucesso com a realidade do jornalismo em diferentes campos. Este e outros fundamentos podem ser vistos com precisão no programa concebido para a Gestão de Empresas Audiovisuais.



Executive Master em MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais.
TECH Global University

“

Conhecer o ambiente de trabalho da equipa de produção: meios tecnológicos, rotinas técnicas e recursos humanos”

02

Porquê estudar na TECH?

A TECH é a maior escola de gestão do mundo, 100% online. É uma Escola de Gestão de elite, com um modelo dos mais elevados padrões académicos. Um centro internacional de ensino de alto desempenho e de competências intensivas de gestão.



“

A TECH é uma universidade na vanguarda da tecnologia, que coloca todos os seus recursos à disposição do estudante para o ajudar a alcançar o sucesso empresarial"

Na TECH Global University



Inovação

A universidade oferece um modelo de aprendizagem em linha que combina a mais recente tecnologia educacional com o máximo rigor pedagógico. Um método único com o mais alto reconhecimento internacional que fornecerá as chaves para o estudante se desenvolver num mundo em constante mudança, onde a inovação deve ser a aposta essencial de qualquer empresário.

"Caso de Sucesso Microsoft Europa" por incorporar um sistema multi-vídeo interativo inovador nos programas.



As exigências mais altas

O critério de admissão da TECH não é económico. Não é necessário fazer um grande investimento para estudar nesta universidade. No entanto, para se formar na TECH, serão testados os limites da inteligência e capacidade do estudante. Os padrões académicos desta instituição são muito elevados...

95%

dos estudantes do TECH completam com sucesso os seus estudos



Networking

Profissionais de todo o mundo participam na TECH, para que os estudantes possam criar uma grande rede de contactos que será útil para o seu futuro.

+100.000

gestores formados todos os anos

+200

nacionalidades diferentes



Empowerment

O estudante vai crescer de mãos dadas com as melhores empresas e profissionais de grande prestígio e influência. A TECH desenvolveu alianças estratégicas e uma valiosa rede de contactos com os principais atores económicos dos 7 continentes.

+500

**acordos de colaboração
com as melhores empresas**



Talento

Este programa é uma proposta única para fazer sobressair o talento do estudante no ambiente empresarial. Uma oportunidade para dar a conhecer as suas preocupações e a sua visão de negócio.

A TECH ajuda os estudantes a mostrar o seu talento ao mundo no final deste programa.



Contexto Multicultural

Ao estudar na TECH, os estudantes podem desfrutar de uma experiência única. Estudará num contexto multicultural. Num programa com uma visão global, graças ao qual poderá aprender sobre a forma de trabalhar em diferentes partes do mundo, compilando a informação mais recente que melhor se adequa à sua ideia de negócio.

Os estudantes da TECH provêm de mais de 200 nacionalidades.



A TECH procura a excelência e, para isso, tem uma série de características que a tornam uma universidade única:



Análises

A TECH explora o lado crítico do aluno, a sua capacidade de questionar as coisas, a sua capacidade de resolução de problemas e as suas capacidades interpessoais.



Excelência académica

A TECH oferece aos estudantes a melhor metodologia de aprendizagem on-line. A universidade combina o método *Relearning* (a metodologia de aprendizagem mais reconhecida internacionalmente) com Case Studies Tradição e vanguarda num equilíbrio difícil, e no contexto do itinerário académico mais exigente.



Economia de escala

A TECH é a maior universidade online do mundo. Tem uma carteira de mais de 10.000 pós-graduações universitárias. E na nova economia, **volume + tecnologia = preço disruptivo**. Isto assegura que os estudos não são tão caros como noutra universidade.



Aprenda com os melhores

A equipa docente da TECH explica na sala de aula o que os levou ao sucesso nas suas empresas, trabalhando num contexto real, animado e dinâmico. Professores que estão totalmente empenhados em oferecer uma especialização de qualidade que permita aos estudantes avançar nas suas carreiras e se destacar no mundo dos negócios.

Professores de 20 nacionalidades diferentes.



Na TECH terá acesso aos estudos de casos mais rigorosos e atualizados no meio académico"

03

Porquê o nosso programa?

Realizar o programa da TECH significa multiplicar as suas hipóteses de alcançar sucesso profissional no campo da gestão de empresas de topo.

É um desafio que envolve esforço e dedicação, mas que abre a porta a um futuro promissor. Os estudantes aprenderão com o melhor corpo docente e com a metodologia educacional mais flexível e inovadora.



“

*Temos o corpo docente mais prestigiado
e o programa mais completo do mercado,
o que nos permite oferecer ensino do
mais alto nível académico”*

Este programa trará uma multiplicidade de empregos e benefícios pessoais, incluindo os seguintes:

01

Dar um impulso definitivo à carreira do aluno

Ao estudar na TECH, os estudantes poderão assumir o controlo do seu futuro e desenvolver todo o seu potencial. Com a conclusão deste programa adquirirá as competências necessárias para fazer uma mudança positiva na sua carreira num curto período de tempo.

70% dos participantes desta especialização conseguem uma mudança positiva na sua carreira em menos de 2 anos.

02

Desenvolver uma visão estratégica e global da empresa

A TECH oferece uma visão aprofundada da gestão geral para compreender como cada decisão afeta as diferentes áreas funcionais da empresa.

A nossa visão global da empresa irá melhorar a sua visão estratégica.

03

Consolidar o estudante na gestão de empresas de topo

Estudar na TECH significa abrir as portas a um panorama profissional de grande importância para que os estudantes se possam posicionar como gestores de alto nível, com uma visão ampla do ambiente internacional.

Trabalhará em mais de 100 casos reais de gestão de topo.

04

Assumir novas responsabilidades

Durante o programa, são apresentadas as últimas tendências, desenvolvimentos e estratégias, para que os estudantes possam realizar o seu trabalho profissional num ambiente em mudança.

45% dos alunos conseguem subir na carreira com promoções internas.

05

Acesso a uma poderosa rede de contactos

A TECH liga os seus estudantes em rede para maximizar as oportunidades. Estudantes com as mesmas preocupações e desejo de crescer. Assim, será possível partilhar parceiros, clientes ou fornecedores.

Encontrará uma rede de contactos essencial para o seu desenvolvimento profissional.

06

Desenvolver projetos empresariais de uma forma rigorosa

O estudante terá uma visão estratégica profunda que o ajudará a desenvolver o seu próprio projeto, tendo em conta as diferentes áreas da empresa.

20% dos nossos estudantes desenvolvem a sua própria ideia de negócio.

07

Melhorar soft skills e capacidades de gestão

A TECH ajuda os estudantes a aplicar e desenvolver os seus conhecimentos adquiridos e a melhorar as suas capacidades interpessoais para se tornarem líderes que fazem a diferença.

Melhore as suas capacidades de comunicação e liderança e dê um impulso à sua profissão.

08

Ser parte de uma comunidade exclusiva

O estudante fará parte de uma comunidade de gestores de elite, grandes empresas, instituições de renome e professores qualificados das universidades mais prestigiadas do mundo: a comunidade TECH Global University.

Damos-lhe a oportunidade de se especializar com uma equipa de professores de renome internacional.

04 Objetivos

A excelência académica e o desenvolvimento das competências profissionais dos estudantes é fundamental para a TECH, por este motivo, com o programa MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais, o futuro licenciado adquirirá os conhecimentos necessários para compreender as necessidades e vantagens do trabalho de equipa em projetos audiovisuais multicâmara, sendo capaz de transferir programas de televisão do estúdio para o ecrã. No final do programa, os estudantes poderão adquirir a capacidade de análise teórica e crítica das estruturas organizacionais da comunicação audiovisual.



“

Estudar os processos de criação, produção e pós-produção de obras audiovisuais e gerir a gestão de uma equipa de trabalho numa empresa audiovisual”

**A TECH converte os objetivos dos seus alunos nos seus próprios objetivos.
Trabalham em conjunto para os alcançar.**

O Executive Master em MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais capacitará o aluno para:

01

Ter as competências transversais e específicas necessárias para lidar com sucesso com a realidade do jornalismo cultural em diferentes campos

02

Conhecimento aprofundado da comunicação digital e do jornalismo cultural

03

Saber identificar, criar e desenvolver histórias com os diferentes pontos que as abrangem, marcadas pelo rigor e pela marca pessoal

04

Conhecer e desenvolver as diretrizes essenciais para a documentação em jornalismo cultural

05

Conhecer a viagem criativa da ideia, desde o guião até ao produto no ecrã



06

Aprender o básico dos elementos da colocação em cena

08

Conhecer as bases do funcionamento do sistema audiovisual (fixar conteúdos fundamentais, conhecer os autores/textos trabalhados em cada tópico)

09

Adquirir a capacidade de análise teórica e crítica das estruturas organizacionais da comunicação audiovisual (compreensão das principais ideias, conceitos e elementos relacionados)

07

Ser capaz de analisar e prever os meios necessários com base numa sequência

10

Mergulhar no quadro histórico, político-económico, social e tecnológico em que os produtos audiovisuais são produzidos, distribuídos e consumidos



11

Identificar os conceitos teóricos que definem os Processos de Produção de Obras Audiovisuais

12

Conhecer o quadro legal e a legislação que articula o sector da produção audiovisual e o seu impacto sobre os diferentes formatos de produção

13

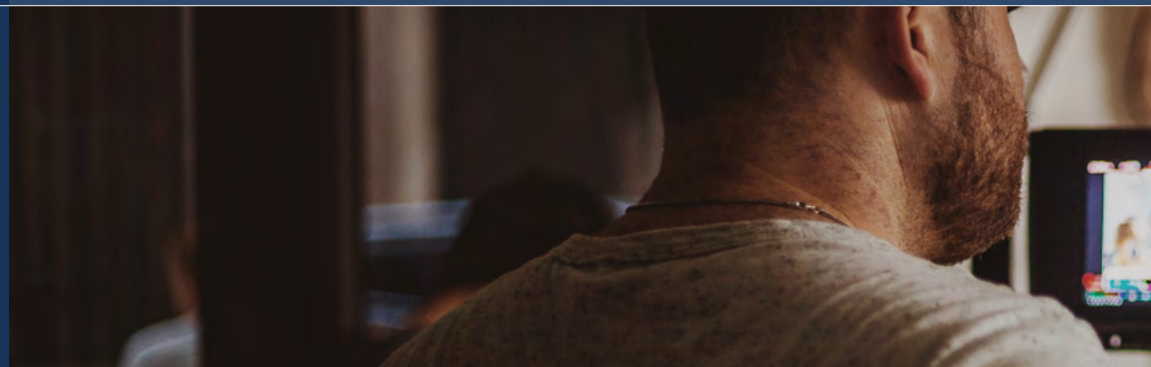
Capacidade e habilidade na direção/realização em cinema de acordo com um calendário, guião e plano de filmagem

14

Relacionar o filme com outras artes pictóricas, tais como fotografia e pintura

15

Analisar e conceber estratégias inovadoras que contribuam para a melhoria da gestão e dos processos de tomada de decisão, bem como para o desenvolvimento de produtos de informação em linha com as necessidades do público e dos anunciantes



16

Compreender as estratégias de produção executiva no desenvolvimento e subsequente distribuição de projetos audiovisuais

18

Conhecer as modificações e hibridizações que ocorrem nos gêneros de televisão no contexto da televisão contemporânea

19

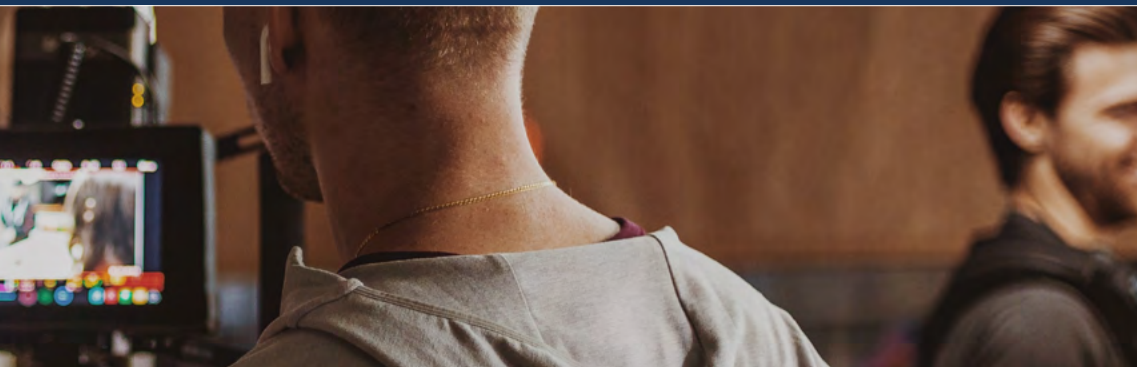
Reconhecer os diferentes formatos no contexto da paisagem televisiva atual

17

Identificar a concepção de marketing de uma produção audiovisual através do seu impacto nos diferentes meios audiovisuais contemporâneos

20

Identificar as principais características de um formato, a sua estrutura, funcionamento e fatores de impacto



05

Competências

No final do programa MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais, o profissional terá desenvolvido uma série de competências que lhe permitirão um desempenho ótimo no seu trabalho, podendo continuar a sua carreira profissional. Consequentemente, compreenderá a gestão global de um projeto de comunicação em cada uma das suas fases, sendo capaz de tomar decisões corretas face a qualquer eventualidade e mantendo sempre um pensamento objetivo.



“

Este programa tornar-se-á uma porta aberta a novas oportunidades profissionais. No deixe fugir esta oportunidade”

01

Descrever o que é o jornalismo cultural

02

Saber como mover-se eficazmente na rede 3.0

03

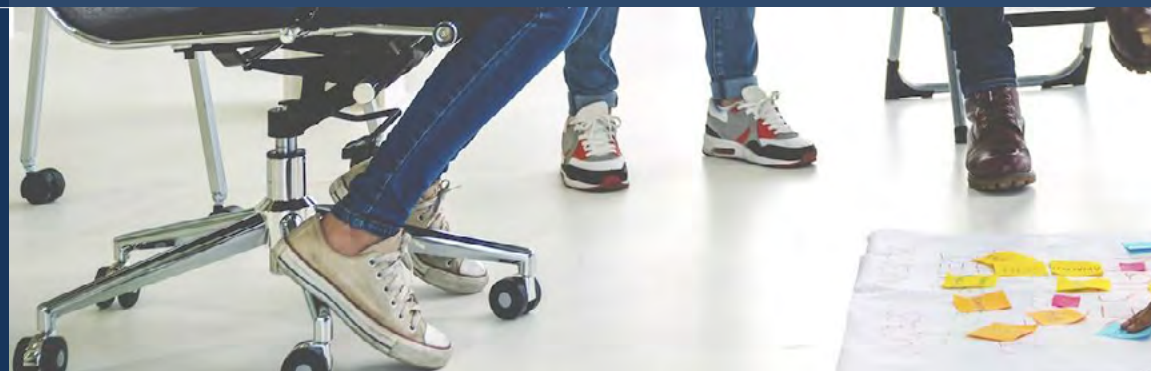
Utilização das redes sociais num ambiente jornalístico

04

Conhecer a composição das equipas de produção audiovisual

05

Organizar uma encenação



06

Plano de ações narrativas ajustadas
aos meios disponíveis

08

Utilizar o sistema multicâmera

09

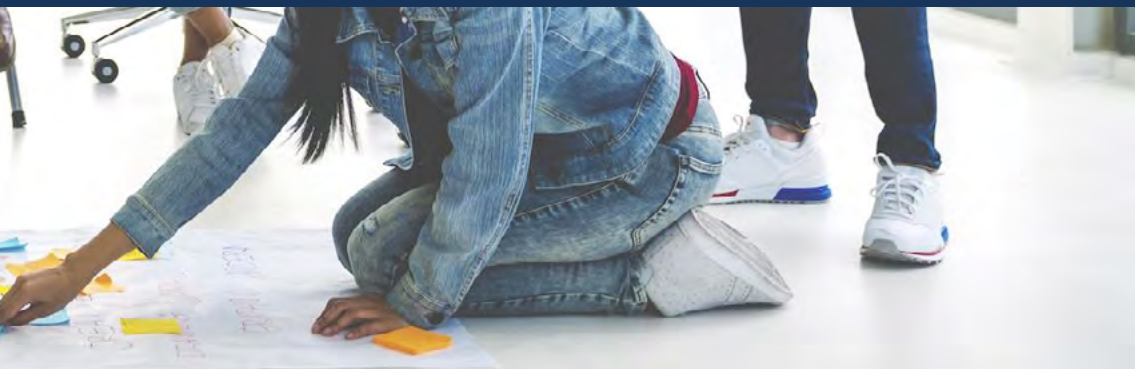
Conhecer e aplicar as estruturas organizacionais
da comunicação audiovisual

07

Dominar as diferentes fases do projeto audiovisual

10

Saber adaptar-se aos padrões de consumo
do momento



11

Conhecer o código relacional dos diferentes agentes da comunicação audiovisual

12

Ter um visão contextual

13

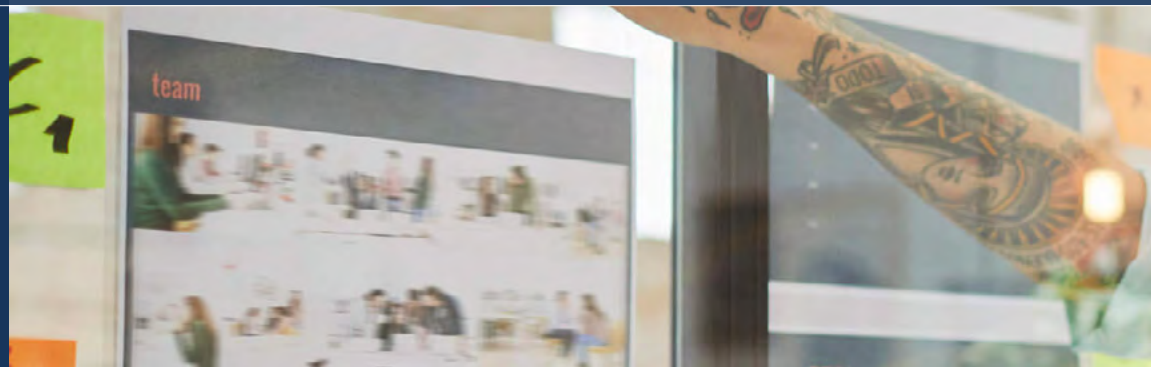
Descrever o desenvolvimento histórico da produção audiovisual

14

Conhecer o quadro jurídico

15

Criar produtos ajustados ao financiamento disponível



16

Distribuir o orçamento por diferentes rubricas

18

Organizar as diferentes equipas humanas



19

Planeamento da amortização de produtos audiovisuais

17

Conhecer as vias de distribuição

20

Produzir um produto audiovisual em diferentes meios de comunicação

06

Estrutura e conteúdo

A gestão de uma empresa audiovisual requer um perfil de excelência. Por esta razão, a TECH desenvolveu um programa que se concentra em assegurar o cumprimento das exigências laborais do mundo de hoje. Através de uma modalidade 100% online, o profissional terá a oportunidade de identificar as diferenças entre as diferentes formas de abordar o estudo da receção audiovisual e qual o estado da edição atual. Desta forma, 12 meses de aprendizagem podem ser empreendidos de uma forma única e estimulante, seguindo exemplos práticos e a orientação de um corpo docente especializado nesta área.



“

Interpretar, analisar e comentar um formato televisivo a partir de uma perspectiva profissional, estética e cultural”

Plano de estudos

As várias mudanças que se desenvolveram na indústria audiovisual foram reforçadas por diferentes fatores, tais como a revolução industrial, as mudanças sociais e, claro, o avanço da tecnologia. Como tal, tornou-se essencial ter profissionais que tenham um conhecimento profundo de uma gama de competências nestas diferentes áreas.

O programa MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais assegura que os estudantes tenham um conhecimento profundo das ferramentas de que necessitam para organizar e gerir os processos dos diferentes departamentos envolvidos numa produção audiovisual. Por esta razão, o programa de estudos começará com uma visão geral dos conceitos de indústria e cultura, bem como a vertente técnica da realização dos projetos, de um ponto de vista teórico e prático.

Desta forma, tudo o que for aprendido será convertido em verdadeiras capacidades de trabalho que permitirão aumentar a sua capacidade de forma intensiva. Assim, o futuro diplomado compreenderá a estrutura do sistema audiovisual e a forma como a produção deste tipo de conteúdos contempla o seu financiamento e a sua valorização de investimento em termos de custos e benefícios.

Ao longo de 1.800 horas de aprendizagem, os alunos analisarão uma multiplicidade de casos práticos através de trabalho individual e em equipa. Desta forma, será capaz de as bases que determinam a direção de atores em ficção e a criação do discurso narrativo.

Os estudantes serão também motivados a adquirir um conhecimento profundo dos novos géneros e formatos que estão a ser utilizados na televisão. Saber fazer uso da informação através das redes sociais e desenvolver um plano de comunicação. Desta forma, é criado um programa que se concentra nas exigências atuais deste setor e prepara os diplomados para enfrentar os desafios da gestão de um departamento neste campo.

Este programa tem lugar ao longo de 12 meses e está dividido em 10 módulos:

Módulo 1	Jornalismo cultural
Módulo 2	Teoria e técnica da realização
Módulo 3	Estrutura do sistema audiovisual
Módulo 4	Produção audiovisual
Módulo 5	Realização de ficção e direção de atores
Módulo 6	Indústrias culturais e novos modelos de negócio de comunicação
Módulo 7	Gestão e promoção de produtos audiovisuais
Módulo 8	Géneros, formatos e programação televisiva
Módulo 9	Publicidade audiovisual
Módulo 10	Escrita de guiões para televisão: programas e ficção



Onde, quando e como são ministradas?

A TECH oferece a possibilidade de desenvolver este Executive Master em MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais completamente online. Durante os 12 meses de duração da especialização, o aluno poderá aceder a todos os conteúdos deste curso em qualquer altura, permitindo-lhe autogerir o seu tempo de estudo.

*Uma experiência educativa única,
chave e decisiva para impulsionar
o seu desenvolvimento profissional
e dar o salto definitivo.*

Módulo 1. Jornalismo cultural

1.1. Conceito e delimitações do jornalismo cultural

- 1.1.1. Introdução: conceito de cultura
- 1.1.2. Informação cultural sobre arte
- 1.1.3. Informação cultural sobre as artes do espetáculo
- 1.1.4. Informação cultural sobre cinema
- 1.1.5. Informação cultural sobre música
- 1.1.6. Informação cultural em livros

1.2. As Origens do Jornalismo Cultural

- 1.2.1. Introdução
- 1.2.2. As origens da informação cultural na imprensa
- 1.2.3. As origens da informação cultural na rádio
- 1.2.4. As origens da informação cultural na televisão

1.3. A Prática do Jornalismo Cultural

- 1.3.1. Introdução
- 1.3.2. Considerações gerais
- 1.3.3. Fatores de interesse e critérios de avaliação para a elaboração de informação cultural

1.4. As fontes do Jornalismo Cultural

- 1.4.1. Introdução
- 1.4.2. Fontes gerais de informação cultural
- 1.4.3. Fontes específicas de informação audiovisual sobre cultura

1.5. Gêneros em Informação Cultural

- 1.5.1. Introdução
- 1.5.2. Notícias
- 1.5.3. Entrevista
- 1.5.4. Crônica
- 1.5.5. Reportagem

1.6. Diversificação Atual da Informação Cultural na Imprensa, Rádio e Televisão

- 1.6.1. Introdução
- 1.6.2. Informação cultural na imprensa
- 1.6.3. Informação cultural na rádio
- 1.6.4. Informação cultural na televisão

1.7. Cultura e Internet

- 1.7.1. Introdução
- 1.7.2. A cultura e a Internet
- 1.7.3. Benefícios da cultura

1.8. Marketing cultural

- 1.8.1. Introdução
- 1.8.2. Marketing cultural
- 1.8.3. Como funciona o marketing cultural?

1.9. Análises da cultura

- 1.9.1. Introdução
- 1.9.2. Abordagem teórica e metodológica da cultura
- 1.9.3. Cultura, comunicação e significado
- 1.9.4. Cultura e imaginário

1.10. Cibercultura e jornalismo digital de conteúdo cultural

- 1.10.1. Introdução
- 1.10.2. Definição de cibercultura
- 1.10.3. Cibercultura e jornalismo digital de conteúdo cultural
- 1.10.4. Chaves para jornalismo digital de conteúdo cultural

Módulo 2. Teoria e técnica da realização

2.1. A realização como construção da obra audiovisual A equipa de trabalho 2.1.1. Desde o guião literário até ao guião técnico ou ao esquema 2.1.2. A equipa de trabalho	2.2. Os elementos da configuração do ecrã Materiais de construção 2.2.1. Pré-adaptação espacial Direção artística 2.2.2. Os elementos da configuração do ecrã	2.3. Pré-produção Os documentos de implementação 2.3.1. O guião técnico 2.3.2. O plano do palco 2.3.3. O <i>Storyboard</i> 2.3.4. Planificar 2.3.5. O plano de filmagem	2.4. O valor expressivo do som 2.4.1. Tipologia dos elementos sonoros 2.4.2. Construção do espaço sonoro
2.5. O valor expressivo da luz 2.5.1. Valor expressivo da luz 2.5.2. Técnicas básicas de iluminação	2.6. Técnicas básicas de filmagem com uma única câmara 2.6.1. Usos e técnicas de filmagem por uma única câmara 2.6.2. O subgénero de <i>Found Footage</i> Cinema de ficção e documentários 2.6.3. A realização com uma câmara na televisão	2.7. A montagem 2.7.1. Montagem como montagem A reconstrução do espaço-tempo 2.7.2. Técnicas de montagem não-linear	2.8. Pós-produção e correção de cores 2.8.1. Pós-produção 2.8.2. Conceito de montagem vertical 2.8.3. Correção de cores
2.9. Os formatos e a equipa de implementação 2.9.1. Formatos multi-câmaras 2.9.2. O estúdio e a equipa	2.10. Chaves, técnicas e rotinas em filmagens multi-câmaras 2.10.1. Técnicas multi-câmaras 2.10.2. Alguns formatos comuns		

Módulo 3. Estrutura do sistema audiovisual

3.1. Uma introdução às Indústrias Culturais (C.I.) 3.1.1. Conceitos de cultura Cultura-Comunicação 3.1.2. Teoria e evolução da C.I.: tipologia e modelos	3.2. Indústria cinematográfica I 3.2.1. Características e principais atores 3.2.2. Estrutura do sistema cinematográfica	3.3. Indústria cinematográfica II 3.3.1. A indústria cinematográfica americana 3.3.2. As produtoras independentes 3.3.3. Problemas e debates na indústria cinematográfica	3.4. Indústria cinematográfica III 3.4.1. Regulamentação cinematográfica: estado e cultura Políticas para a proteção e promoção da cinematografia 3.4.2. Casos de Estudo
3.5. Indústria televisiva I 3.5.1. Televisão económica 3.5.2. Modelos fundadores 3.5.3. Transformação	3.6. Indústria televisiva II 3.6.1. A indústria televisiva dos EUA 3.6.2. Características principais 3.6.3. Regulamentação do Estado	3.7. Indústria televisiva III 3.7.1. Televisão de serviço público na Europa 3.7.2. Crises e debates	3.8. Os eixos de mudança 3.8.1. Novos processos no sector audiovisual 3.8.2. Debates regulamentares
3.9. Televisão Digital Terrestre (TDT) 3.9.1. O papel do Estado e as experiências 3.9.2. As novas características do sistema de televisão	3.10. Novos operadores na paisagem audiovisual 3.10.1. Plataformas de serviços <i>Over-the-Top</i> (OTT) 3.10.2. Consequências do seu surgimento		

Módulo 4. Produção audiovisual

4.1. Produção audiovisual 4.1.1. Conceitos de introdução 4.1.2. A indústria audiovisual	4.2. A equipa de produção 4.2.1. Os profissionais 4.2.2. O produtor e o guião	4.3. O projeto audiovisual 4.3.1. Gestão de projetos 4.3.2. Avaliação do projeto 4.3.3. Apresentação de projetos	4.4. Modalidades de produção e financiamento 4.4.1. Financiamento da produção audiovisual 4.4.2. Modos de produção audiovisual 4.4.3. Recursos para pré-financiamento
4.5. A equipa de produção e a decomposição do guião 4.5.1. A equipa de produção 4.5.2. A quebra do guião	4.6. Os locais de filmagem 4.6.1. As localizações 4.6.2. Os sets	4.7. A distribuição e os contratos de filmagem 4.7.1. A distribuição ou <i>Casting</i> 4.7.2. A prova de <i>Casting</i>	4.8. O plano de trabalho e o orçamento da obra audiovisual 4.8.1. O plano de trabalho 4.8.2. O orçamento
4.9. Produção em filmagem ou gravação 4.9.1. A preparação da filmagem 4.9.2. A distribuição e os meios de filmagem	4.10. A pós-produção e o balanço final da obra audiovisual 4.10.1. A montagem e a pós-produção 4.10.2. Balanço final e operação		

Módulo 5. Realização de ficção e direção de atores

5.1. A implementação da ficção 5.1.1. Introdução 5.1.2. O processo e as suas ferramentas	5.2. A ótica e as câmaras 5.2.1. Ótica e enquadramento 5.2.2. Movimento de câmara 5.2.3. Continuidade	5.3. Luz e cor: aspetos teóricos 5.3.1. Exposição 5.3.2. Teoria das cores	5.4. Iluminação no cinema 5.4.1. Ferramentas 5.4.2. A iluminação como narrativa
5.5. Cor e óticas 5.5.1. Controlo das cores 5.5.2. As óticas 5.5.3. O controlo da imagem	5.6. O trabalho no set 5.6.1. A lista de planos 5.6.2. A equipa e as suas funções	5.7. Questões técnicas na realização de filmes 5.7.1. Os recursos da técnica	5.8. A visão dos diretores 5.8.1. Os diretores tomam a palavra
5.9. Transformações digitais 5.9.1. Transformações analógico-digitais na fotografia cinematográfica 5.9.2. O reinado da pós-produção digital	5.10. Direção de atores 5.10.1. Introdução 5.10.2. Principais métodos e técnicas 5.10.3. Trabalhar com atores		

Módulo 6. Indústrias culturais e novos modelos empresariais de comunicação

6.1. Os conceitos de cultura, economia, comunicação, tecnologia, IC 6.1.1. Cultura, Economia, Comunicação 6.1.2. Indústrias Culturais	6.2. Tecnologia, comunicação e cultura 6.2.1. Cultura artesanal mercantilizada 6.2.2. Do espetáculo ao vivo às artes visuais 6.2.3. Museus e património	6.3. Os principais sectores das Indústrias Culturais 6.3.1. Produtos editoriais 6.3.2. Os C.I.'s de fluxo 6.3.3. Modelos híbridos	6.4. A Era Digital nas Indústrias Culturais 6.4.1. Indústrias Culturais Digitais 6.4.2. Novos modelos na Era Digital
6.5. Os meios digitais e os meios de comunicação na era digital 6.5.1. O negócio da Imprensa online 6.5.2. A rádio no ambiente digital 6.5.3. Especificidades dos meios de comunicação na era digital	6.6. Globalização e diversidade na Cultura 6.6.1. Concentração, internacionalização e globalização das Indústrias Culturais 6.6.2. A luta pela diversidade cultural	6.7. As Políticas Culturais e de cooperação 6.7.1. Políticas culturais 6.7.2. O papel dos Estados e regiões dos países	6.8. A diversidade musical na nuvem 6.8.1. O sector da música hoje 6.8.2. A nuvem 6.8.3. Iniciativas latinas/ iberoamericanas
6.9. Diversidade na indústria audiovisual 6.9.1. Do pluralismo à diversidade 6.9.2. Diversidade, cultura e comunicação 6.9.3. Conclusões e propostas	6.10. Diversidade Audiovisual na Internet 6.10.1. O sistema audiovisual na era da Internet 6.10.2. Ofertas televisivas e diversidade 6.10.3. Conclusões		

Módulo 7. Gestão e promoção de produtos audiovisuais

7.1. Distribuição audiovisual 7.1.1. Introdução 7.1.2. Agentes de distribuição 7.1.3. Comercialização de produtos 7.1.4. Os campos da distribuição audiovisual 7.1.5. Distribuição internacional	7.2. A empresa de distribuição 7.2.1. Estruturas organizativas 7.2.2. A negociação do contrato de distribuição 7.2.3. Clientes internacionais	7.3. Janelas de exploração, contratos e vendas internacionais 7.3.1. Janelas de trabalho 7.3.2. Contratos de distribuição internacional 7.3.3. Vendas internacionais	7.4. Marketing cinematográfico 7.4.1. Marketing cinematográfico 7.4.2. A cadeia de valor da produção do filme 7.4.3. Os meios de publicidade ao serviço da promoção 7.4.4. As ferramentas de lançamento
7.5. Pesquisa de mercado em filme 7.5.1. Introdução 7.5.2. Fase de pré-produção 7.5.3. Fase de pós-produção 7.5.4. Fase de comercialização	7.6. Redes sociais e promoção cinematográfica 7.6.1. Introdução 7.6.2. Promessas e limites das redes sociais 7.6.3. Os objetivos e a sua medição 7.6.4. Calendário e estratégias de advocacia 7.6.5. Interpretar o que dizem as redes	7.7. Distribuição audiovisual na Internet I 7.7.1. O novo mundo da distribuição audiovisual 7.7.2. O processo de distribuição pela Internet 7.7.3. Produtos e possibilidades no novo cenário 7.7.4. Novos modos de distribuição	7.8. Distribuição audiovisual na Internet II 7.8.1. Chaves para o novo cenário 7.8.2. Perigos de distribuição pela Internet 7.8.3. O <i>Video on Demand</i> (VOD) como nova janela de distribuição
7.9. Novos espaços para distribuição 7.9.1. Introdução 7.9.2. A revolução Netflix	7.10. Festivais de cinema 7.10.1. Introdução 7.10.2. O papel dos festivais de cinema na distribuição turística		

Módulo 8. Géneros, formatos e programação televisiva

8.1. O género na televisão

- 8.1.1. Introdução
- 8.1.2. Géneros de televisão

8.2. O formato na televisão

- 8.2.1. Abordagem do conceito de formatos
- 8.2.2. Formatos de televisão

8.3. Criar televisão

- 8.3.1. O processo criativo no entretenimento
- 8.3.2. O processo criativo na ficção

8.4. Evolução dos formatos no mercado internacional de hoje I

- 8.4.1. Consolidação do formato
- 8.4.2. O formato reality TV
- 8.4.3. Novidades em *Reality TV*
- 8.4.4. A Televisão Digital Terrestre e a crise financeira

8.5. Evolução dos formatos no mercado internacional de hoje II

- 8.5.1. Mercados emergentes
- 8.5.2. Marcas globais
- 8.5.3. A televisão reinventa-se
- 8.5.4. A era da globalização

8.6. Vender o formato O *Pitching*

- 8.6.1. Venda de um formato de televisão
- 8.6.2. O *Pitching*

8.7. Introdução à programação televisiva

- 8.7.1. O papel da programação
- 8.7.2. Fatores que afetam a programação

8.8. Modelos de programação televisiva

- 8.8.1. Estados Unidos e Reino Unido

8.9. A prática profissional da programação televisiva

- 8.9.1. O departamento de programação
- 8.9.2. Programação para televisão

8.10. Pesquisa de audiências

- 8.10.1. Pesquisa do público em televisão
- 8.10.2. Conceitos de audiência e classificações

Módulo 9. Publicidade audiovisual**9.1. Audiências nos meios audiovisuais**

- 9.1.1. Introdução
- 9.1.2. A constituição das audiências

9.2. Investigação do público: as tradições I

- 9.2.1. Teoria dos efeitos
- 9.2.2. Teoria dos usos e recompensas
- 9.2.3. Estudos culturais

9.3. Investigação das audiências: as tradições II

- 9.3.1. Estudos de receção
- 9.3.2. Audiências para estudos humanistas

9.4. Audições de uma perspetiva económica

- 9.4.1. Introdução
- 9.4.2. A medição das audiências

9.5. Teorias de receção

- 9.5.1. Introdução às teorias de receção
- 9.5.2. Uma abordagem histórica aos estudos de acolhimento

9.6. As audiências no mundo digital

- 9.6.1. Ambiente digital
- 9.6.2. Comunicação e cultura da convergência
- 9.6.3. A natureza ativa das audiências
- 9.6.4. Interatividade e participação
- 9.6.5. A transnacionalidade das audiências
- 9.6.6. Audiências fragmentadas
- 9.6.7. A autonomia das audiências

9.7. Audiências: as questões essenciais I

- 9.7.1. Introdução
- 9.7.2. Quem são?
- 9.7.3. Porque é que consomem?

9.8. Audiências: as questões essenciais II

- 9.8.1. O que consomem
- 9.8.2. Como consomem
- 9.8.3. Com que efeitos

9.9. O modelo de *Engagement* I

- 9.9.1. O engagement como metadimensão do comportamento das audiências
- 9.9.2. A complexa avaliação do *Engagement*

9.10. O modelo de *Engagement* II

- 9.10.1. Introdução As dimensões do *Engagement*
- 9.10.2. O *engagement* e as experiências do utilizador
- 9.10.3. O engagement como resposta emocional das audiências

- 9.10.4. O engagement como resultado da cognição humana

- 9.10.5. Os comportamentos observáveis das audiências como expressão do *Engagement*

Módulo 10. Escrita de guiões para televisão: programas e ficção**10.1. Narrativa televisiva**

- 10.1.1. Conceitos e limites
- 10.1.2. Códigos e estruturas

10.2. Categorias narrativas na televisão

- 10.2.1. A enunciação
- 10.2.2. Personagens
- 10.2.3. Ações e transformações
- 10.2.4. Espaço
- 10.2.5. O tempo

10.3. Géneros e formatos televisivos

- 10.3.1. Unidades narrativas
- 10.3.2. Géneros e formatos televisivos

10.4. Formatos de ficção

- 10.4.1. Ficção televisiva
- 10.4.2. Sitcom
- 10.4.3. A série dramática
- 10.4.4. A telenovela
- 10.4.5. Outros formatos

10.5. O guião de ficção na televisão

- 10.5.1. Introdução
- 10.5.2. A técnica

10.6. O drama na televisão

- 10.6.1. A série dramática
- 10.6.2. A telenovela

10.7. Série de comédia

- 10.7.1. Introdução
- 10.7.2. A sitcom

10.8. O guião de entretenimento

- 10.8.1. O guião passo a passo
- 10.8.2. Escrever para dizer

10.9. Escrita de guiões de entretenimento

- 10.9.1. Reunião do guião
- 10.9.2. O guião técnico
- 10.9.3. A separação de produção
- 10.9.4. O resumo

10.10. Conceção de guiões de entretenimento

- 10.10.1. *Magazin*
- 10.10.2. Programa de humor
- 10.10.3. *Talent Show*
- 10.10.4. Documental
- 10.10.5. Outros formatos

07

Metodologia

Este programa de capacitação oferece uma forma diferente de aprendizagem.

A nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cíclico: **o *Relearning***.

Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas escolas médicas mais prestigiadas do mundo e tem sido considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações, tais como a ***New England Journal of Medicine***.





“

Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para o levar através de sistemas de ensino cíclicos: uma forma de aprendizagem que provou ser extremamente eficaz, especialmente em disciplinas que requerem memorização"

A TECH Business School utiliza o Estudo de Caso para contextualizar todo o conteúdo.

O nosso programa oferece um método revolucionário de desenvolvimento de competências e conhecimentos. O nosso objetivo é reforçar as competências num contexto de mudança, competitivo e altamente exigente.

“ Com a TECH pode experimentar uma forma de aprendizagem que abala as fundações das universidades tradicionais de todo o mundo ”



Este programa prepara-o para enfrentar desafios empresariais em ambientes incertos e tornar o seu negócio bem sucedido.



Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este programa da TECH é um programa de formação intensiva, criado de raiz para oferecer aos gestores desafios e decisões empresariais ao mais alto nível, tanto a nível nacional como internacional. Graças a esta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado, dando um passo decisivo para o sucesso. O método do caso, a técnica que constitui a base deste conteúdo, assegura que a realidade económica, social e profissional mais atual é seguida.

“ *O estudante aprenderá, através de atividades de colaboração e casos reais, a resolução de situações complexas em ambientes empresariais reais.*

O método do caso tem sido o sistema de aprendizagem mais amplamente utilizado pelas melhores faculdades do mundo. Desenvolvido em 1912 para que os estudantes de direito não só aprendessem o direito com base no conteúdo teórico, o método do caso consistia em apresentar-lhes situações verdadeiramente complexas, a fim de tomarem decisões informadas e valorizarem juízos sobre a forma de as resolver.

Em 1924 foi estabelecido como um método de ensino padrão em Harvard.

Numa dada situação, o que deve fazer um profissional? Esta é a questão que enfrentamos no método do caso, um método de aprendizagem orientado para a ação. Ao longo do programa, os estudantes serão confrontados com múltiplos casos da vida real. Terão de integrar todo o seu conhecimento, investigar, argumentar e defender as suas ideias e decisões.

O nosso programa prepara-o para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso na sua carreira.

Relearning Methodology

A TECH combina eficazmente a metodologia do Estudo de Caso com um sistema de aprendizagem 100% online baseado na repetição, que combina elementos didáticos diferentes em cada lição.

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

O nosso sistema online permitir-lhe-á organizar o seu tempo e ritmo de aprendizagem, adaptando-o ao seu horário. Poderá aceder ao conteúdo a partir de qualquer dispositivo fixo ou móvel com uma ligação à Internet.

Na TECH aprende- com uma metodologia de vanguarda concebida para formar os gestores do futuro. Este método, na vanguarda da pedagogia mundial, chama-se Relearning.

A nossa escola de gestão é a única escola de língua espanhola licenciada para empregar este método de sucesso. Em 2019, conseguimos melhorar os níveis globais de satisfação dos nossos estudantes (qualidade de ensino, qualidade dos materiais, estrutura dos cursos, objetivos...) no que diz respeito aos indicadores da melhor universidade online do mundo.



No nosso programa, a aprendizagem não é um processo linear, mas acontece numa espiral (aprender, desaprender, esquecer e reaprender). Portanto, cada um destes elementos é combinado de forma concêntrica. Esta metodologia formou mais de 650.000 licenciados com sucesso sem precedentes em áreas tão diversas como a bioquímica, genética, cirurgia, direito internacional, capacidades de gestão, ciência do desporto, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história, mercados e instrumentos financeiros. Tudo isto num ambiente altamente exigente, com um corpo estudantil universitário com um elevado perfil socioeconómico e uma idade média de 43,5 anos.

O Relearning permitir-lhe-á aprender com menos esforço e mais desempenho, envolvendo-o mais na sua capacitação, desenvolvendo um espírito crítico, defendendo argumentos e opiniões contrastantes: uma equação direta ao sucesso.

A partir das últimas provas científicas no campo da neurociência, não só sabemos como organizar informação, ideias, imagens e memórias, mas sabemos que o lugar e o contexto em que aprendemos algo é fundamental para a nossa capacidade de o recordar e armazenar no hipocampo, para o reter na nossa memória a longo prazo.

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



Este programa oferece o melhor material educativo, cuidadosamente preparado para profissionais:



Material de estudo

Todos os conteúdos didáticos são criados pelos especialistas que irão ensinar o curso, especificamente para o curso, para que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Estes conteúdos são depois aplicados ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isto, com as mais recentes técnicas que oferecem peças de alta-qualidade em cada um dos materiais que são colocados à disposição do aluno.



Masterclasses

Existem provas científicas sobre a utilidade da observação por terceiros especializada.

O denominado Learning from an Expert constrói conhecimento e memória, e gera confiança em futuras decisões difíceis.



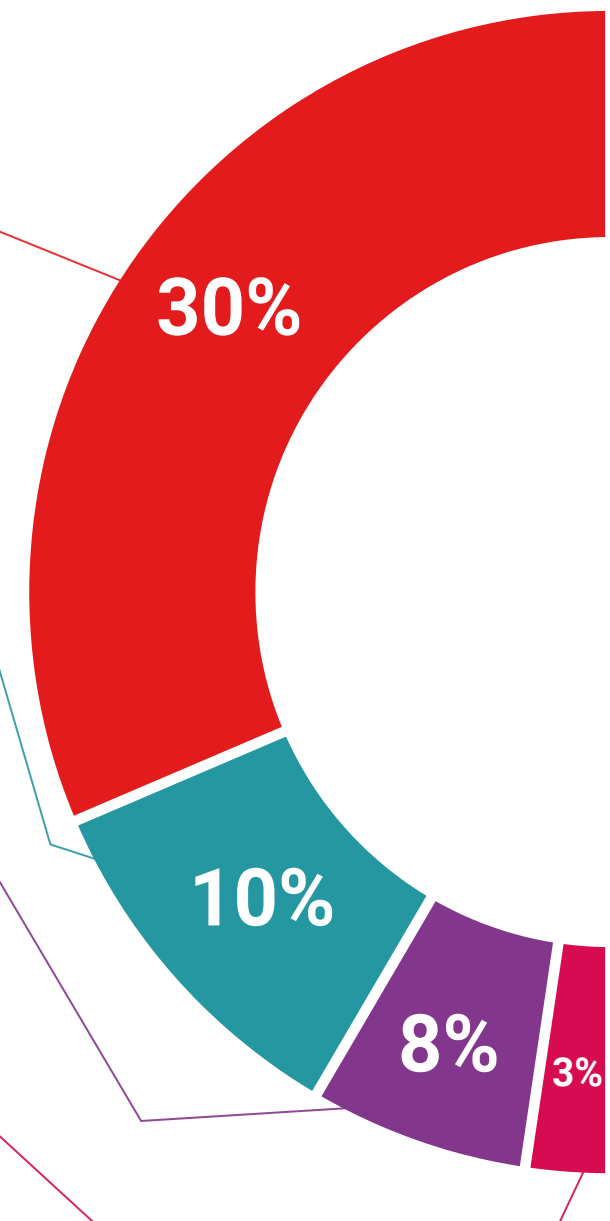
Práticas de aptidões e competências

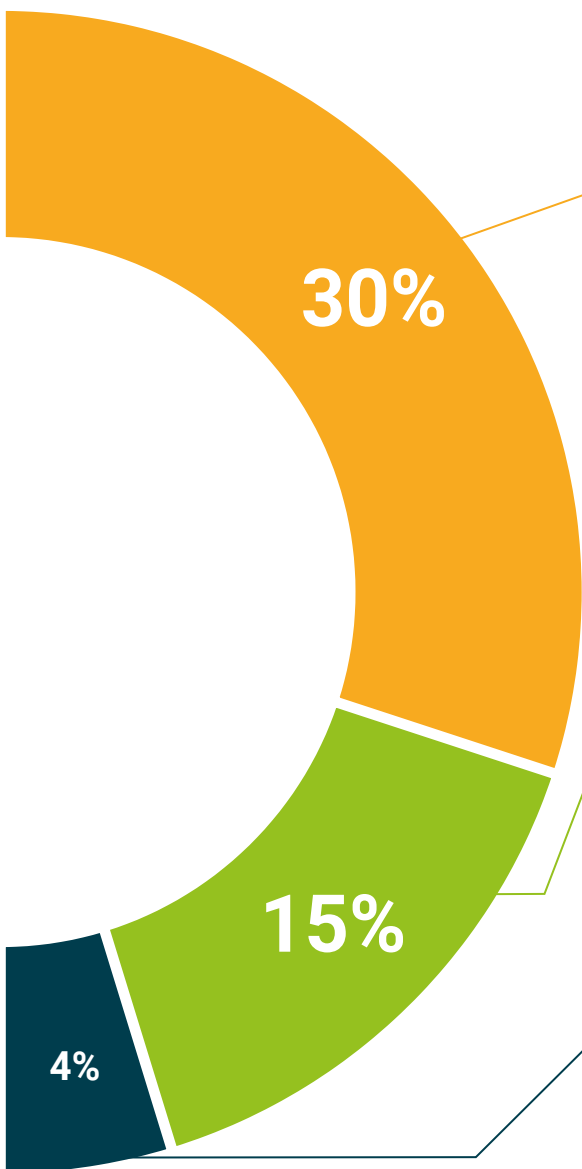
Realizarão atividades para desenvolver competências e aptidões específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e desenvolver as competências e capacidades que um gestor de topo necessita de desenvolver no contexto da globalização em que vivemos.



Leituras complementares

Artigos recentes, documentos de consenso e diretrizes internacionais, entre outros. Na biblioteca virtual da TECH o aluno terá acesso a tudo o que necessita para completar a sua capacitação



**Case studies**

Completarão uma seleção dos melhores estudos de casos escolhidos especificamente para esta situação. Casos apresentados, analisados e tutelados pelos melhores especialistas em gestão de topo na cena internacional.

**Resumos interativos**

A equipa da TECH apresenta os conteúdos de uma forma atrativa e dinâmica em comprimidos multimédia que incluem áudios, vídeos, imagens, diagramas e mapas conceituais a fim de reforçar o conhecimento.

Este sistema educativo único para a apresentação de conteúdos multimédia foi premiado pela Microsoft como uma "História de Sucesso Europeu".

**Testing & Retesting**

Os conhecimentos do aluno são periodicamente avaliados e reavaliados ao longo de todo o programa, através de atividades e exercícios de avaliação e auto-avaliação, para que o aluno possa verificar como está a atingir os seus objetivos.



08

O perfil dos nossos alunos

O Executive Master em MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais destina-se a Licenciados e Diplomados que tenham concluído previamente qualquer uma das seguintes licenciaturas em design, publicidade, empresa digital, comunicação audiovisual ou qualquer outro ramo relacionado com este campo de trabalho.

A diversidade de participantes com diferentes perfis académicos e de múltiplas nacionalidades compõe a abordagem multidisciplinar deste programa.

O Executive Master em MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais também pode ser feito por profissionais que, sendo licenciados universitários em qualquer área, tenham dois anos de experiência de trabalho numa área relacionada.



“

Conhecer os conceitos fundamentais que regem a distribuição, comercialização e divulgação de um produto audiovisual na sociedade contemporânea”

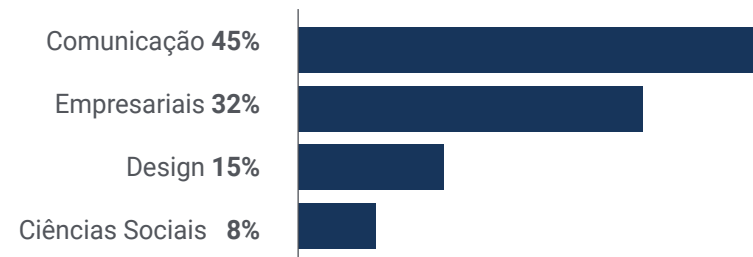
Idade média

Entre **35** e **45** anos

Anos de experiência



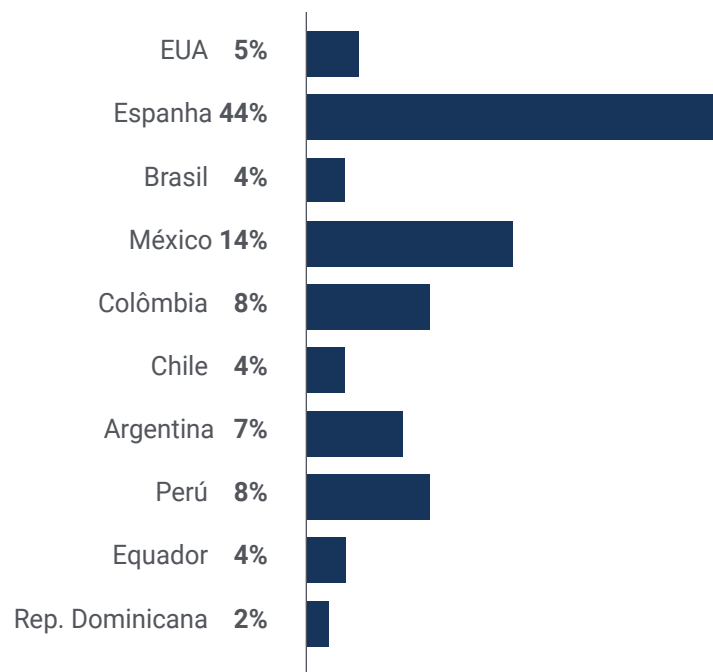
Área de Estudo



Perfil académico



Distribuição geográfica



Alejandra Ramón

Chefe de Produção e Gestor de Projecto

"Após vários anos de gestão pude iniciar um novo projeto depois de estudar este Executive Master em MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais, tornando-se a mudança de que precisava para impulsionar a minha carreira. Uma excelente opção se quiser continuar o seu trabalho, uma vez que o programa é completamente online"

09

Direção do curso

Este programa académico conta com o corpo docente mais especializado do mercado educativo atual. São especialistas seleccionados pela TECH para desenvolver todo o itinerário. Desta forma, com base na sua própria experiência e nas mais recentes evidências, conceberam os conteúdos mais actuais que oferecem uma garantia de qualidade numa matéria tão relevante.



“

A TECH oferece-lhe o corpo docente mais especializado na área de estudo. Inscreva-se já e desfrute da qualidade que merece”.

Diretor Convidado Internacional

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

Neste sentido, as suas competências estratégicas e capacidade de integrar tecnologias emergentes nas narrativas dos conteúdos multimídia de forma vanguardista permitiram-lhe fazer parte de instituições de renome a nível global. Por exemplo, o **Google**, a **NBCUniversal** ou a **Frederator Networks** em Nova Iorque. Assim, o seu trabalho tem-se centrado na criação de campanhas de comunicação para várias empresas, gerando **conteúdos audiovisuais** altamente criativos que conectam emocionalmente com o público. Graças a isso, múltiplas empresas conseguiram fidelizar os consumidores durante longos períodos de tempo, enquanto as companhias fortaleceram a sua presença no mercado e garantiram a sua sustentabilidade a longo prazo.

Vale ressaltar que a sua vasta experiência profissional abrange desde a **produção de programas televisivos** e a criação de **técnicas de marketing** sofisticadas até à gestão de conteúdos visuais nas principais redes sociais. Ao mesmo tempo, é considerada uma verdadeira **estratega**, capaz de identificar oportunidades culturalmente relevantes para os clientes. Desta forma, desenvolveu táticas alinhadas com as expectativas e necessidades do público, o que permitiu às entidades implementar soluções rentáveis.

Firmemente comprometida com o avanço da indústria Audiovisual e com a excelência na sua prática diária, tem conciliado essas funções com o seu papel de **Investigadora**. Assim, elaborou vários artigos científicos especializados em áreas emergentes, entre as quais destacam-se as dinâmicas de **comportamento dos utilizadores** na internet, o impacto dos **eSports** no campo do entretenimento e até as últimas tendências para potenciar a **criatividade**.



Sra. Cissé, Amirah

- Diretora de Estratégia Global de Clientes da NBCUniversal em Nova Iorque, Estados Unidos
- Especialista em Estratégia da Horizon Media, Nova Iorque
- Gestora de Compromisso no Google, Califórnia
- Estratégia Cultural da Spaks & honey, Nova Iorque
- Gestora de Contas na Reelio, Nova Iorque
- Coordenadora de Contas do Jun Group em Nova Iorque
- Especialista em Estratégia de Conteúdos na Frederator Networks, Nova Iorque
- Investigadora na Sociedade Genealógica e Biográfica de Nova Iorque
- Pós-graduação académica em Sociologia e Antropologia na Universidade Kanda Gaigo
- Licenciatura em Belas Artes com especialização em Sociologia pelo Williams College
- Certificação em: Formação de Liderança e Coaching Executivo, Investigação de Marketing



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

10

Impacto para a sua carreira

A TECH está consciente que frequentar um programa com estas características é um grande investimento económico, profissional e claro, pessoal. Por esta razão, o objetivo final será sempre o de fornecer todas as ferramentas necessárias e uma metodologia inovadora para motivar os estudantes em cada aula. Isto garantirá uma colocação profissional bem sucedida num sector que exige qualidade e excelência.



“

Poderá gerar uma mudança positiva na sua carreira profissional Identificar e classificar as equipas humanas e os meios técnicos apropriados e necessários para cada fase do projeto”

Está pronto para dar o salto?

Espera-o um excelente aperfeiçoamento profissional

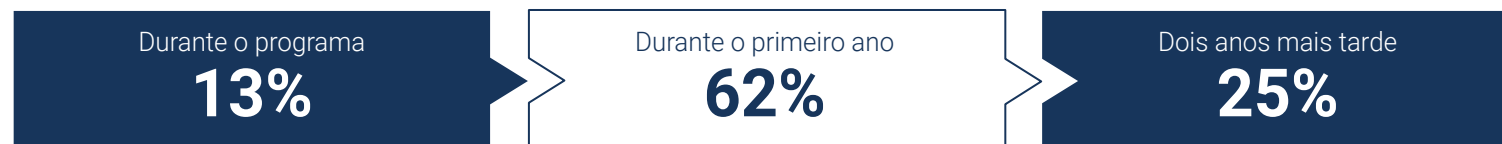
O Executive Master em MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais da TECH é um programa intensivo que prepara os futuros licenciados para enfrentar desafios e decisões empresariais no campo da gestão de Empresas Audiovisuais. O seu principal objetivo é promover o crescimento pessoal e profissional. Ajudamo-lo a alcançar o seu sucesso.

Se quer superar-se a si mesmo, fazer uma mudança profissional positiva e trabalhar em rede com os melhores, este é o lugar para si.

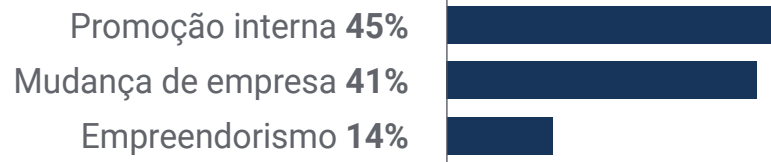
Um caminho para a educação e o crescimento profissional que o impulsionará para uma maior competitividade no mercado de trabalho.

Atinja a mudança positiva de que necessita para impulsionar a sua carreira e profissão com o MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais.

Momento de mudança



Tipo de mudança



Melhoria dos salários

A conclusão deste programa significa um aumento no salário anual de mais de **25,22%** para nossos alunos.



11

Benefícios para a sua empresa

O Executive Master em MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais contribui para elevar o talento da organização a todo o seu potencial através da capacitação de líderes de alto nível.

Completar este programa é uma oportunidade única de aceder a uma poderosa rede de contactos na qual poderá encontrar futuros parceiros profissionais, clientes ou fornecedores.



“

Estudar as transformações que tiveram lugar nas Indústrias Culturais na oferta e no consumo nas redes digitais, nos seus aspetos económicos, políticos e socioculturais”

Desenvolver e reter o talento nas empresas é o melhor investimento a longo prazo.

01

Crescimento do talento e do capital intelectual

O profissional vai levar para a empresa novos conceitos, estratégias e perspectivas que possam trazer mudanças relevantes na organização.

02

Manter gestores de alto potencial e evitar a fuga de talentos

Este programa reforça a ligação entre a empresa e o profissional e abre novos caminhos para o crescimento profissional dentro da empresa.

03

Construção de agentes de mudança

Ser capaz de tomar decisões em tempos de incerteza e crise, ajudando a organização a ultrapassar obstáculos.

04

Maiores possibilidades de expansão internacional

Este programa colocará a empresa em contacto com os principais mercados da economia mundial.



05

Desenvolvimento de projetos próprios

O profissional pode trabalhar num projeto real ou desenvolver novos projetos no domínio de I+D ou Desenvolvimento de Negócio da sua empresa.

06

Aumento da competitividade

Este programa irá equipar os seus profissionais com as competências necessárias para enfrentarem novos desafios e assim impulsionar a organização.

12 Certificação

O Executive Master em MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais garante, para além de um conteúdo mais rigoroso e atualizado, o acesso a um Executive Master emitido pela TECH Global University.



“

*Conclua este plano de estudos com sucesso
e receba o seu certificado sem sair de casa
e sem burocracias”*

Este programa permitirá a obtenção do certificado próprio de **Executive Master em MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais** reconhecido pela **TECH Global University**, a maior universidade digital do mundo.

A **TECH Global University**, é uma Universidade Europeia Oficial reconhecida publicamente pelo Governo de Andorra ([bollettino ufficiale](#)). Andorra faz parte do Espaço Europeu de Educação Superior (EEES) desde 2003. O EEES é uma iniciativa promovida pela União Europeia com o objetivo de organizar o modelo de formação internacional e harmonizar os sistemas de ensino superior dos países membros desse espaço. O projeto promove valores comuns, a implementação de ferramentas conjuntas e o fortalecimento de seus mecanismos de garantia de qualidade para fomentar a colaboração e a mobilidade entre alunos, pesquisadores e académicos.

Esse título próprio da **TECH Global University**, é um programa europeu de formação contínua e atualização profissional que garante a aquisição de competências em sua área de conhecimento, conferindo um alto valor curricular ao aluno que conclui o programa.

Título: **Executive Master em MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais**

Modalidade: **online**

Duração: **12 meses**

Acreditação: **60 ECTS**





Executive Master

MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificação: TECH Global University
- » Acreditação: 60 ECTS
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Exames: online

Executive Master

MBA em Gestão de Empresas

Audiovisuais