

# Máster Título Propio

## MBA en Dirección de Empresas Audiovisuales

M B A D E A



**tech** universidad  
tecnológica



## Máster Título Propio MBA en Dirección de Empresas Audiovisuales

- » Modalidad: online
- » Duración: 12 meses
- » Titulación: TECH Universidad Tecnológica
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: [www.techtitute.com/escuela-de-negocios/master/master-mba-direccion-empresas-audiovisuales](http://www.techtitute.com/escuela-de-negocios/master/master-mba-direccion-empresas-audiovisuales)

# Índice

01

Bienvenida

---

*pág. 4*

02

¿Por qué estudiar en TECH?

---

*pág. 6*

03

¿Por qué nuestro programa?

---

*pág. 10*

04

Objetivos

---

*pág. 14*

05

Competencias

---

*pág. 20*

06

Estructura y contenido

---

*pág. 26*

07

Metodología

---

*pág. 36*

08

Perfil de nuestros alumnos

---

*pág. 44*

09

Impacto para tu carrera

---

*pág. 48*

10

Beneficios para tu empresa

---

*pág. 52*

11

Titulación

---

*pág. 56*

# 01

# Bienvenida

Los distintos cambios en la industria audiovisual se han dado de manera acelerada, alimentándose de los movimientos sociales, económicos y culturales de todo el mundo. Por este motivo, la producción audiovisual se ha convertido en un arte que ayuda a crear un producto para distintos medios de comunicación y otros sectores. Por otra parte, es innegable el impacto de la tecnología en este sector, permitiendo adaptarse a las nuevas exigencias de las generaciones modernas. En consecuencia, se necesita contar con profesionales que sean capaces de dirigir de manera acertada un equipo de producción, postproducción y tener las competencias para afrontar con éxito la realidad del periodismo en distintos ámbitos. Este y otros fundamentos pueden apreciarse con precisión en el programa diseñado para la Dirección de Empresas Audiovisuales.



MBA en Dirección de Empresas Audiovisuales  
TECH Universidad Tecnológica



“

*Conocer el entorno de trabajo del equipo de realización:  
medios tecnológicos, rutinas técnicas y equipo humano”*

02

# ¿Por qué estudiar en TECH?

TECH es la mayor escuela de negocio 100% online del mundo. Se trata de una Escuela de Negocios de élite, con un modelo de máxima exigencia académica. Un centro de alto rendimiento internacional y de entrenamiento intensivo en habilidades directivas.



“

*TECH es una universidad de vanguardia tecnológica, que pone todos sus recursos al alcance del alumno para ayudarlo a alcanzar el éxito empresarial”*

## En TECH Universidad Tecnológica



### Innovación

La universidad ofrece un modelo de aprendizaje en línea que combina la última tecnología educativa con el máximo rigor pedagógico. Un método único con el mayor reconocimiento internacional que aportará las claves para que el alumno pueda desarrollarse en un mundo en constante cambio, donde la innovación debe ser la apuesta esencial de todo empresario.

*“Caso de Éxito Microsoft Europa”* por incorporar en los programas un novedoso sistema de multivideo interactivo.



### Máxima exigencia

El criterio de admisión de TECH no es económico. No se necesita realizar una gran inversión para estudiar en esta universidad. Eso sí, para titularse en TECH, se podrán a prueba los límites de inteligencia y capacidad del alumno. El listón académico de esta institución es muy alto...

**95%**

de los alumnos de TECH finaliza sus estudios con éxito



### Networking

En TECH participan profesionales de todos los países del mundo, de tal manera que el alumno podrá crear una gran red de contactos útil para su futuro.

**+100.000**

directivos capacitados cada año

**+200**

nacionalidades distintas



### Empowerment

El alumno crecerá de la mano de las mejores empresas y de profesionales de gran prestigio e influencia. TECH ha desarrollado alianzas estratégicas y una valiosa red de contactos con los principales actores económicos de los 7 continentes.

**+500**

acuerdos de colaboración con las mejores empresas



### Talento

Este programa es una propuesta única para sacar a la luz el talento del estudiante en el ámbito empresarial. Una oportunidad con la que podrá dar a conocer sus inquietudes y su visión de negocio.

TECH ayuda al alumno a enseñar al mundo su talento al finalizar este programa.



### Contexto Multicultural

Estudiando en TECH el alumno podrá disfrutar de una experiencia única. Estudiará en un contexto multicultural. En un programa con visión global, gracias al cual podrá conocer la forma de trabajar en diferentes lugares del mundo, recopilando la información más novedosa y que mejor se adapta a su idea de negocio.

Los alumnos de TECH provienen de más de 200 nacionalidades.





TECH busca la excelencia y, para ello, cuenta con una serie de características que hacen de esta una universidad única:



### Análisis

---

En TECH se explora el lado crítico del alumno, su capacidad de cuestionarse las cosas, sus competencias en resolución de problemas y sus habilidades interpersonales.



### Excelencia académica

---

En TECH se pone al alcance del alumno la mejor metodología de aprendizaje online. La universidad combina el método *Relearning* (metodología de aprendizaje de posgrado con mejor valoración internacional) con el Estudio de Caso. Tradición y vanguardia en un difícil equilibrio, y en el contexto del más exigente itinerario académico.



### Economía de escala

---

TECH es la universidad online más grande del mundo. Tiene un portfolio de más de 10.000 posgrados universitarios. Y en la nueva economía, **volumen + tecnología = precio disruptivo**. De esta manera, se asegura de que estudiar no resulte tan costoso como en otra universidad.



### Aprende con los mejores

---

El equipo docente de TECH explica en las aulas lo que le ha llevado al éxito en sus empresas, trabajando desde un contexto real, vivo y dinámico. Docentes que se implican al máximo para ofrecer una especialización de calidad que permita al alumno avanzar en su carrera y lograr destacar en el ámbito empresarial.

Profesores de 20 nacionalidades diferentes.



*En TECH tendrás acceso a los análisis de casos más rigurosos y actualizados del panorama académico*

03

# ¿Por qué nuestro programa?

Realizar el programa de TECH supone multiplicar las posibilidades de alcanzar el éxito profesional en el ámbito de la alta dirección empresarial.

Es todo un reto que implica esfuerzo y dedicación, pero que abre las puertas a un futuro prometedor. El alumno aprenderá de la mano del mejor equipo docente y con la metodología educativa más flexible y novedosa.



“

*Contamos con el más prestigioso cuadro docente y el temario más completo del mercado, lo que nos permite ofrecerte una capacitación de alto nivel académico”*

Este programa aportará multitud de ventajas laborales y personales, entre ellas las siguientes:

01

### **Dar un impulso definitivo a la carrera del alumno**

Estudiando en TECH el alumno podrá tomar las riendas de su futuro y desarrollar todo su potencial. Con la realización de este programa adquirirá las competencias necesarias para lograr un cambio positivo en su carrera en poco tiempo.

*El 70% de los participantes de esta especialización logra un cambio positivo en su carrera en menos de 2 años.*

02

### **Desarrollar una visión estratégica y global de la empresa**

TECH ofrece una profunda visión de dirección general para entender cómo afecta cada decisión a las distintas áreas funcionales de la empresa.

*Nuestra visión global de la empresa mejorará tu visión estratégica.*

03

### **Consolidar al alumno en la alta gestión empresarial**

Estudiar en TECH supone abrir las puertas de hacia panorama profesional de gran envergadura para que el alumno se posicione como directivo de alto nivel, con una amplia visión del entorno internacional.

*Trabajarás más de 100 casos reales de alta dirección.*

04

### **Asumir nuevas responsabilidades**

Durante el programa se muestran las últimas tendencias, avances y estrategias, para que el alumno pueda llevar a cabo su labor profesional en un entorno cambiante.

*El 45% de los alumnos consigue ascender en su puesto de trabajo por promoción interna.*

05

### Acceso a una potente red de contactos

TECH interrelaciona a sus alumnos para maximizar las oportunidades. Estudiantes con las mismas inquietudes y ganas de crecer. Así, se podrán compartir socios, clientes o proveedores.

*Encontrarás una red de contactos imprescindible para tu desarrollo profesional.*

06

### Desarrollar proyectos de empresa de una forma rigurosa

El alumno obtendrá una profunda visión estratégica que le ayudará a desarrollar su propio proyecto, teniendo en cuenta las diferentes áreas de la empresa.

*El 20% de nuestros alumnos desarrolla su propia idea de negocio.*

07

### Mejorar soft skills y habilidades directivas

TECH ayuda al estudiante a aplicar y desarrollar los conocimientos adquiridos y mejorar en sus habilidades interpersonales para ser un líder que marque la diferencia.

*Mejora tus habilidades de comunicación y liderazgo y da un impulso a tu profesión.*

08

### Formar parte de una comunidad exclusiva

El alumno formará parte de una comunidad de directivos de élite, grandes empresas, instituciones de renombre y profesores cualificados procedentes de las universidades más prestigiosas del mundo: la comunidad TECH Universidad Tecnológica.

*Te damos la oportunidad de especializarte con un equipo de profesores de reputación internacional.*

# 04 Objetivos

La excelencia académica y el desarrollo de las habilidades profesionales de los estudiantes es fundamental para TECH, por tal razón, con el programa del MBA en Dirección de Empresas Audiovisuales, el futuro egresado adquirirá los conocimientos necesarios para Comprender las necesidades y ventajas del trabajo en equipo en proyectos audiovisuales multicámara, siendo capaz de trasladar programas de televisión del plató a la pantalla. Tras finalizar el programa, el alumno podrá adquirir la capacidad de análisis teórico y crítico de las estructuras organizativas de la comunicación audiovisual.



“

*Estudiar los procesos de creación, realización y postproducción de las obras audiovisuales y gestiona la dirección de un equipo de trabajo en una empresa audiovisual”*

**TECH hace suyos los objetivos de sus alumnos  
Trabajan conjuntamente para conseguirlos**

El MBA en Dirección de Empresas Audiovisuales capacitará al alumno para:

01

Tener las competencias transversales y específicas necesarias para afrontar con éxito la realidad del periodismo cultural en distintos ámbitos

04

Conocer y desarrollar las guías esenciales para llevar a cabo una documentación dentro del periodismo cultural

02

Conocer en profundidad la comunicación digital y el periodismo cultural



03

Saber identificar, realizar y desarrollar historias con los diferentes puntos que la engloban, marcados por el rigor y la marca personal

05

Conocer el recorrido creativo de la idea, desde el guion hasta el producto en pantalla



06

Aprender los fundamentos básicos de los elementos de la puesta en escena

08

Conocer la base del funcionamiento del sistema audiovisual (fijar contenidos fundamentales, conocer de autores/textos trabajados en cada tema)

09

Adquirir la capacidad de análisis teórico y crítico de las estructuras organizativas de la comunicación audiovisual (comprender las ideas principales, relacionar conceptos y elementos)

07

Ser capaz de analizar y prever los medios necesarios a partir de una secuencia

10

Ahondar en el marco histórico, económico-político, social y tecnológico en el que se producen, distribuyen y consumen los productos audiovisuales



11

Identificar los conceptos teóricos que definen los procesos de producción de las obras audiovisuales

14

Relacionar el cine con otras artes pictóricas tales como la fotografía y la pintura

12

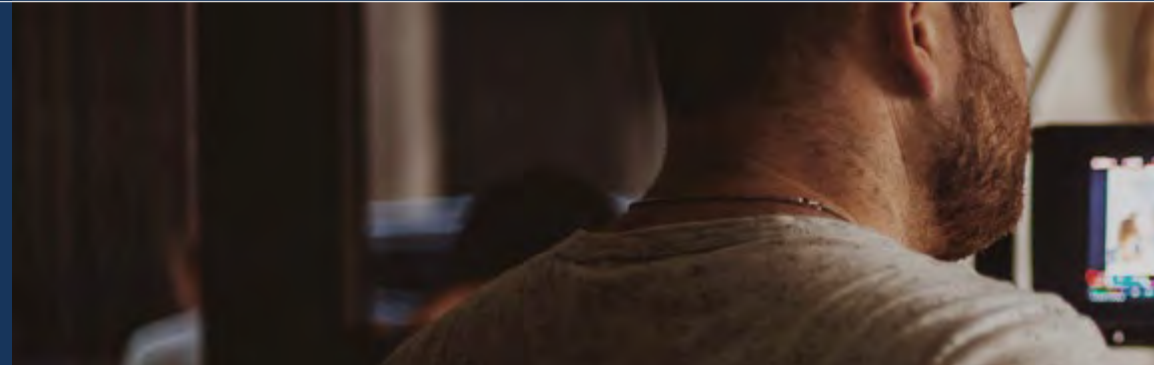
Conocer el marco jurídico y la legislación que articula el sector de la producción audiovisual y sus repercusiones en los distintos formatos de producción

13

Capacidad y habilidad para las labores de dirección/realización en cine según una escaleta, guion y plan de rodaje

15

Analizar y diseñar estrategias innovadoras, que contribuyan a la mejora en los procesos de gestión y toma de decisiones, así como al desarrollo de productos informativos en consonancia con las necesidades de públicos y anunciantes



16

Conocer las estrategias de producción ejecutiva en el desarrollo y posterior distribución de proyectos audiovisuales

18

Conocer las modificaciones e hibridaciones que se producen en los géneros televisivos en el contexto de la televisión contemporánea

19

Reconocer los distintos formatos en el contexto del actual panorama televisivo

17

Identificar el diseño de comercialización de una producción audiovisual a través de su repercusión en los distintos medios audiovisuales contemporáneos

20

Identificar las claves de un formato, su estructura, funcionamiento y factores de impacto



# 05

# Competencias

Al momento de finalizar el programa en MBA en Dirección de Empresas Audiovisuales, profesional habrá desarrollado una serie de competencias que le permitirá desenvolverse de manera óptima en su puesto de trabajo, siendo capaz de continuar con su camino laboral. Por consiguiente, comprenderá la gestión global de un proyecto de comunicación en todas y cada una de sus fases, pudiendo tomar decisiones acertadas ante cualquier eventualidad y manteniendo un pensamiento objetivo en todo momento.





“

*Este programa se convertirá en una puerta abierta hacia nuevas oportunidades profesionales. No dejes pasar esta ocasión”*

01

Describir lo que es periodismo cultural

02

Saber moverse eficazmente por la red 3.0

03

Usar las redes sociales en un entorno periodístico

04

Conocer la composición de los equipos de realización audiovisual

05

Organizar una puesta en escena



06

Planificar acciones narrativas ajustadas  
los medios disponibles

08

Utilizar el sistema multicámara



09

Conocer y aplicar las estructuras organizativas  
de la comunicación audiovisual

07

Dominar las diferentes fases del proyecto audiovisual

10

Saber cómo adaptarse a las formas de consumo  
de cada momento

11

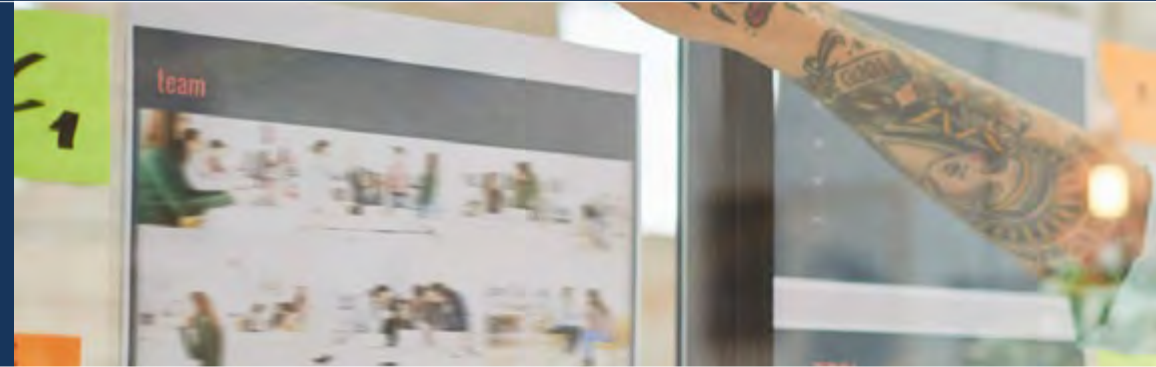
Conocer el código relacional de los distintos agentes de la comunicación audiovisual

14

Conocer el marco jurídico

12

Tener una visión contextual



13

Describir la evolución histórica de la producción audiovisual

15

Crear productos ajustados a la financiación disponible



16

Distribuir el presupuesto en diferentes partidas

18

Organizar los diferentes equipos humanos



19

Planificar la amortización de los productos audiovisuales

17

Conocer las vías de distribución

20

Realizar un producto audiovisual en los diferentes soportes

# 06

## Estructura y contenido

La dirección de una empresa audiovisual exige un perfil de excelencia. Por ese motivo, TECH ha desarrollado un programa que se centra en garantizar el cumplimiento de las exigencias laborales que el mundo actual demanda. Mediante una modalidad 100% online, el profesional tendrá la oportunidad de identificar las diferencias existentes entre las diferentes formas de abordar el estudio de la recepción audiovisual y cuál es el estado de la cuestión actual. De esta forma, se podrá cursar 12 meses de aprendizaje de manera única y estimulante, siguiendo ejemplos prácticos y la guía de un cuerpo docente especialista en esta área.



“

*Interpretar, analizar y comentar un formato televisivo desde una perspectiva profesional, estética y cultural”*

## Plan de estudios

Los distintos cambios que se han desarrollado en la industria audiovisual se han potenciado por distintos factores, como la revolución industrial, los cambios sociales y, por supuesto, el avance de la tecnología. De esta forma, se ha fundamental contar con profesionales que comprendan a la perfección un conjunto de conocimientos en estas distintas áreas.

El programa del MBA en Dirección de Empresas Audiovisuales garantiza que el estudiante comprenda a la perfección las herramientas que necesita para organizar y gestionar los procesos de los distintos departamentos que intervine en una producción audiovisual. Por esta razón, se comenzará el temario con un repaso de los conceptos de industria y cultura, así como la técnica centrada en la realización de los proyectos desde un punto de vista teórico y práctico.

De esta manera, todo lo que se aprenderá se convertirá en habilidad real de trabajo que permitirá impulsar su capacidad de manera intensa. De esta forma, el futuro egresado comprenderá la estructura del

sistema audiovisual y la manera en que la producción de este tipo de contenidos contempla su financiación y su valoración de inversión en costos y beneficios.

A lo largo de 1.500 horas de aprendizaje, el alumno analizará multitud de casos prácticos mediante el trabajo individual y en equipo. Así, será capaz de conocer las bases que determinan la dirección de actores en ficción y la creación del discurso narrativo.

Asimismo, también se motivará al alumno a conocer a fondo los nuevos géneros y formatos que se están utilizando en tv. Sabiendo hacer uso de la información a través de las redes sociales y desarrollar un plan de comunicación. De esta forma, se constituye un programa centrado en las demandas actuales de este sector y que preparara a los egresados para afrontar los retos de dirección de un departamento en este campo.

Este Máster Título Propio se desarrolla a lo largo de 12 meses y se divide en 10 módulos:

**Módulo 1** Periodismo cultural

**Módulo 2** Teoría y técnica de la realización

**Módulo 3** Estructura del sistema audiovisual

**Módulo 4** Producción audiovisual

**Módulo 5** Realización de ficción y dirección de actores

**Módulo 6** Industrias culturales y nuevos modelos de negocios de la comunicación

**Módulo 7** Gestión y promoción de productos audiovisuales

**Módulo 8** Géneros, formatos y programación en televisión

**Módulo 9** El público audiovisual

**Módulo 10** Guion de televisión: programas y ficción



### ¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH ofrece la posibilidad de desarrollar este MBA en Dirección de Empresas Audiovisuales de manera totalmente online. Durante los 12 meses que dura la especialización, el alumno podrá acceder a todos los contenidos de este programa en cualquier momento, lo que le permitirá autogestionar su tiempo de estudio.

*Una experiencia educativa única, clave y decisiva para impulsar tu desarrollo profesional y dar el salto definitivo.*

### Módulo 1. Periodismo cultural

1.1. El periodismo cultural en los medios convencionales y su integración en el mundo digital	1.2. El arte de contar las historias	1.3. Guías esenciales de documentación periodística cultural	1.4. La filosofía 3.0 de la comunicación
1.5. Gestión de medios y redes sociales	1.6. Contenidos periodísticos interactivos	1.7. Los paradigmas de la comunicación	1.8. Posicionamiento web: SEO, SEM, SMO, SMM y SERM. Contenidos periodísticos especializados

### Módulo 2. Teoría y técnica de la realización

<b>2.1. La Realización como construcción de la obra audiovisual. El equipo de trabajo</b> 2.1.1. Del guion literario al guion técnico o escaleta 2.1.2. El equipo de trabajo	<b>2.2. Los elementos de la puesta en pantalla. Los materiales de la construcción</b> 2.2.1. La preadaptación espacial. Dirección artística 2.2.2. Los elementos de la puesta en pantalla	<b>2.3. La preproducción. Los documentos de la realización</b> 2.3.1. El guion técnico 2.3.2. La planta escenográfica 2.3.3. El <i>Storyboard</i> 2.3.4. Planificar 2.3.5. El plan de rodaje	<b>2.4. El valor expresivo del sonido</b> 2.4.1. Tipología de los elementos sonoros 2.4.2. Construcción del espacio sonoro
<b>2.5. El valor expresivo de la luz</b> 2.5.1. Valor expresivo de la luz 2.5.2. Técnicas de iluminación básicas	<b>2.6. Técnicas básicas de rodaje monocámara</b> 2.6.1. Usos y técnicas del rodaje monocámara 2.6.2. El subgénero del <i>Found Footage</i> . Cine de ficción y documental 2.6.3. La realización monocámara en televisión	<b>2.7. El montaje</b> 2.7.1. El montaje como ensamblaje. La reconstrucción del espacio-tiempo 2.7.2. Técnicas de montaje no lineal	<b>2.8. Postproducción y etalonaje</b> 2.8.1. Postproducción 2.8.2. Concepto de montaje vertical 2.8.3. Etalonaje
<b>2.9. Los formatos y el equipo de realización</b> 2.9.1. Formatos multicámara 2.9.2. El estudio y el equipo	<b>2.10. Claves, técnicas y rutinas en la realización multicámara</b> 2.10.1. Técnicas multicámara 2.10.2. Algunos formatos habituales		

**Módulo 3. Estructura del sistema audiovisual**

<b>3.1. Una introducción a las Industrias Culturales (I.C.)</b> 3.1.1. Conceptos de cultura. Cultura-Comunicación 3.1.2. Teoría y evolución de las I.C.: tipología y modelos	<b>3.2. Industria cinematográfica I</b> 3.2.1. Características y agentes principales 3.2.2. Estructura del sistema cinematográfico	<b>3.3. Industria cinematográfica II</b> 3.3.1. La industria cinematográfica estadounidense 3.3.2. Las productoras independientes 3.3.3. Problemas y debates en la industria cinematográfica	<b>3.4. Industria cinematográfica III</b> 3.4.1. La regulación cinematográfica: Estado y cultura. Políticas de protección y promoción de la cinematografía 3.4.2. Caso de estudio
<b>3.5. Industria televisiva I</b> 3.5.1. La televisión económica 3.5.2. Modelos fundadores 3.5.3. Transformaciones	<b>3.6. Industria televisiva II</b> 3.6.1. La industria televisiva norteamericana 3.6.2. Características principales 3.6.3. La regulación estatal	<b>3.7. Industria televisiva III</b> 3.7.1. La televisión de servicio público en Europa 3.7.2. Crisis y debates	<b>3.8. Los ejes del cambio</b> 3.8.1. Los nuevos procesos en el audiovisual 3.8.2. Debates regulatorios
<b>3.9. Televisión Digital Terrestre (TDT)</b> 3.9.1. Papel del Estado y experiencias 3.9.2. Las nuevas características del sistema televisivo	<b>3.10. Nuevos operadores en el paisaje audiovisual</b> 3.10.1. Plataformas de servicios <i>Over-The-Top</i> (OTT) 3.10.2. Consecuencias de su aparición		

**Módulo 4. Producción audiovisual**

<b>4.1. La producción audiovisual</b> 4.1.1. Conceptos de introducción 4.1.2. La industria audiovisual	<b>4.2. El equipo de producción</b> 4.2.1. Los profesionales 4.2.2. El productor y el guion	<b>4.3. El proyecto audiovisual</b> 4.3.1. La gestión de proyectos 4.3.2. Evaluación del proyecto 4.3.3. Presentación de proyectos	<b>4.4. Modalidades de producción y financiación</b> 4.4.1. Financiación de la producción audiovisual 4.4.2. Modos de producción audiovisual 4.4.3. Recursos para la financiación previa
<b>4.5. El equipo de producción y el desglose del guion</b> 4.5.1. El equipo de producción 4.5.2. El desglose del guion	<b>4.6. Los espacios del rodaje</b> 4.6.1. Las localizaciones 4.6.2. Los decorados	<b>4.7. El reparto y los contratos del rodaje</b> 4.7.1. El reparto o <i>Casting</i> 4.7.2. La prueba de <i>Casting</i> 4.7.3. Contratos, derechos y seguros	<b>4.8. El plan de trabajo y el presupuesto de la obra audiovisual</b> 4.8.1. El plan de trabajo 4.8.2. El presupuesto
<b>4.9. La producción en el rodaje o grabación</b> 4.9.1. La preparación del rodaje 4.9.2. El equipo y los medios del rodaje	<b>4.10. La postproducción y el balance final de la obra audiovisual</b> 4.10.1. El montaje y la postproducción 4.10.2. Balance final y explotación		

## Módulo 5. Realización de ficción y dirección de actores

<b>5.1. La realización de ficción</b> 5.1.1. Introducción 5.1.2. El proceso y sus herramientas	<b>5.2. Las ópticas y la cámara</b> 5.2.1. Las ópticas y el encuadre 5.2.2. El movimiento de la cámara 5.2.3. La continuidad	<b>5.3. La luz y el color: aspectos teóricos</b> 5.3.1. Exposición 5.3.2. Teoría del color	<b>5.4. La iluminación en el cine</b> 5.4.1. Herramientas 5.4.2. La iluminación como narrativa
<b>5.5. El color y las ópticas</b> 5.5.1. El control del color 5.5.2. Las ópticas 5.5.3. El control de la imagen	<b>5.6. El trabajo en el rodaje</b> 5.6.1. La lista de planos 5.6.2. El equipo y sus funciones	<b>5.7. Cuestiones técnicas para la dirección de cine</b> 5.7.1. Los recursos de la técnica	<b>5.8. La visión de los directores</b> 5.8.1. Los directores toman la palabra
<b>5.9. Transformaciones digitales</b> 5.9.1. Transformaciones analógico-digitales en la fotografía cinematográfica 5.9.2. El reinado de la posproducción digital	<b>5.10. Dirección de actores</b> 5.10.1. Introducción 5.10.2. Principales métodos y técnicas 5.10.3. El trabajo con los actores		

## Módulo 6. Industrias culturales y nuevos modelos de negocios de la comunicación

<b>6.1. Los conceptos de cultura, economía, comunicación, tecnología, IC</b> 6.1.1. Cultura, Economía, Comunicación 6.1.2. Las Industrias Culturales	<b>6.2. Tecnología, comunicación y cultura</b> 6.2.1. La cultura artesanal mercantilizada 6.2.2. Del espectáculo en vivo a las artes plásticas 6.2.3. Museos y patrimonio	<b>6.3. Los grandes sectores de las Industrias Culturales</b> 6.3.1. Los productos editoriales 6.3.2. Las I.C. de flujo 6.3.3. Los modelos híbridos	<b>6.4. La Era Digital en las Industrias Culturales</b> 6.4.1. Las Industrias Culturales Digitales 6.4.2. Nuevos modelos en la Era Digital
<b>6.5. Medios digitales y medios de comunicación en la era digital</b> 6.5.1. El negocio de la prensa online 6.5.2. La radio en el entorno digital 6.5.3. Particularidades de los medios de comunicación en la era digital	<b>6.6. La globalización y la diversidad en la Cultura</b> 6.6.1. Concentración, internacionalización y globalización de las Industrias Culturales 6.6.2. La lucha por la diversidad cultural	<b>6.7. Las Políticas Culturales y de cooperación</b> 6.7.1. Políticas culturales 6.7.2. El papel de los Estados y de las regiones de países	<b>6.8. La diversidad musical en la nube</b> 6.8.1. El sector de la música hoy en día 6.8.2. La nube 6.8.3. Iniciativas latino/iberoamericanas
<b>6.9. Diversidad en la industria audiovisual</b> 6.9.1. Del pluralismo a la diversidad 6.9.2. Diversidad, cultura y comunicación 6.9.3. Conclusiones y propuestas	<b>6.10. Diversidad Audiovisual en Internet</b> 6.10.1. El sistema audiovisual en la era de internet 6.10.2. La oferta televisiva y la diversidad 6.10.3. Conclusiones		



**Módulo 7. Gestión y promoción de productos audiovisuales****7.1. La distribución audiovisual**

- 7.1.1. Introducción
- 7.1.2. Los actores de la distribución
- 7.1.3. Los productos de la comercialización
- 7.1.4. Los ámbitos de la distribución audiovisual
- 7.1.5. Distribución nacional
- 7.1.6. Distribución internacional

**7.2. La empresa de distribución**

- 7.2.1. La estructura organizativa
- 7.2.2. La negociación del contrato de distribución
- 7.2.3. Los clientes internacionales

**7.3. Ventanas de explotación, contratos y ventas internacionales**

- 7.3.1. Ventanas de explotación
- 7.3.2. Contratos de distribución internacional
- 7.3.3. Las ventas internacionales

**7.4. Marketing cinematográfico**

- 7.4.1. Marketing en el cine
- 7.4.2. La cadena de valor de la producción cinematográfica
- 7.4.3. Los medios publicitarios al servicio de la promoción
- 7.4.4. Las herramientas para el lanzamiento

**7.5. La investigación de mercado en el cine**

- 7.5.1. Introducción
- 7.5.2. Fase de preproducción
- 7.5.3. Fase de postproducción
- 7.5.4. Fase de comercialización

**7.6. Redes sociales y promoción cinematográfica**

- 7.6.1. Introducción
- 7.6.2. Promesas y límites de las redes sociales
- 7.6.3. Los objetivos y su medición
- 7.6.4. Calendario de promoción y estrategias
- 7.6.5. Interpretar lo que dicen las redes

**7.7. La distribución audiovisual en internet I**

- 7.7.1. El nuevo mundo de la distribución audiovisual
- 7.7.2. El proceso de la distribución en internet
- 7.7.3. Los productos y las posibilidades en el nuevo escenario
- 7.7.4. Nuevos modos de distribución

**7.8. La distribución audiovisual en internet II**

- 7.8.1. Claves del nuevo escenario
- 7.8.2. Los peligros de la distribución en internet
- 7.8.3. El *Video on Demand* (VOD) como nueva ventana de distribución

**7.9. Nuevos espacios para la distribución**

- 7.9.1. Introducción
- 7.9.2. La revolución *Netflix*

**7.10. Los festivales de cine**

- 7.10.1. Introducción
- 7.10.2. El papel de los festivales de cine en la distribución y exhibición

**Módulo 8. Géneros, formatos y programación en televisión****8.1. El género en televisión**

- 8.1.1. Introducción
- 8.1.2. Los géneros de la televisión

**8.2. El formato en televisión**

- 8.2.1. Aproximación al concepto de formato
- 8.2.2. Los formatos de la televisión

**8.3. Crear televisión**

- 8.3.1. El proceso creativo en entretenimiento
- 8.3.2. El proceso creativo en ficción

**8.4. Evolución de los formatos en el mercado internacional actual I**

- 8.4.1. La consolidación del formato
- 8.4.2. El formato de la telerrealidad
- 8.4.3. Novedades en *Reality TV*
- 8.4.4. Televisión Digital Terrestre y crisis financiera

**8.5. Evolución de los formatos en el mercado internacional actual II**

- 8.5.1. Los mercados emergentes
- 8.5.2. Marcas globales
- 8.5.3. La televisión se reinventa
- 8.5.4. La era de la globalización

**8.6. Vender el formato. El *Pitching***

- 8.6.1. Venta de un formato televisivo
- 8.6.2. El *Pitching*

**8.7. Introducción a la programación televisiva**

- 8.7.1. La función de la programación
- 8.7.2. Factores que inciden en la programación

**8.8. Los modelos de programación televisiva**

- 8.8.1. Estados Unidos y Reino Unido
- 8.8.2. España

**8.9. El ejercicio profesional de la programación televisiva**

- 8.9.1. El departamento de programación
- 8.9.2. Programar para televisión

**8.10. El estudio de las audiencias**

- 8.10.1. Investigación de la audiencia en televisión
- 8.10.2. Conceptos e índices de audiencia

**Módulo 9.** El público audiovisual

**9.1. Las audiencias en los medios audiovisuales**

- 9.1.1. Introducción
- 9.1.2. La constitución de las audiencias

**9.2. El estudio de las audiencias: las tradiciones I**

- 9.2.1. Teoría de los efectos
- 9.2.2. Teoría de usos y gratificaciones
- 9.2.3. Los estudios culturales

**9.3. El estudio de las audiencias: las tradiciones II**

- 9.3.1. Estudios sobre la recepción
- 9.3.2. Las audiencias hacia los estudios humanistas

**9.4. Las audiencias desde una perspectiva económica**

- 9.4.1. Introducción
- 9.4.2. La medición de las audiencias

**9.5. Las teorías de la recepción**

- 9.5.1. Introducción a las teorías de la recepción
- 9.5.2. Aproximación histórica a los estudios de la recepción

**9.6. Las audiencias en el mundo digital**

- 9.6.1. Entorno digital
- 9.6.2. Comunicación y cultura de la convergencia
- 9.6.3. El carácter activo de las audiencias
- 9.6.4. Interactividad y participación
- 9.6.5. La transnacionalidad de las audiencias
- 9.6.6. Las audiencias fragmentadas
- 9.6.7. La autonomía de las audiencias

**9.7. Audiencias: las preguntas esenciales I**

- 9.7.1. Introducción
- 9.7.2. Quiénes son
- 9.7.3. Por qué consumen

**9.8. Audiencias: las preguntas esenciales II**

- 9.8.1. Qué consumen
- 9.8.2. Cómo consumen
- 9.8.3. Con qué efectos

**9.9. El modelo del *engagement* I**

- 9.9.1. El engagement como metadimensión del comportamiento de las audiencias
- 9.9.2. La compleja valoración del *engagement*

**9.10. El modelo del *engagement* II**

- 9.10.1. Introducción. Las dimensiones del *engagement*
- 9.10.2. El *engagement* y las experiencias de los usuarios
- 9.10.3. El engagement como respuesta emocional de las audiencias
- 9.10.4. El engagement como resultado de cognición humana
- 9.10.5. Los comportamientos observables de las audiencias como expresión del Engagement

**Módulo 10.** Guion de televisión: programas y ficción

**10.1. Narrativa televisiva**

- 10.1.1. Conceptos y límites
- 10.1.2. Códigos y estructuras

**10.2. Categorías narrativas en televisión**

- 10.2.1. La enunciación
- 10.2.2. Personajes
- 10.2.3. Acciones y transformaciones
- 10.2.4. El espacio
- 10.2.5. El tiempo

**10.3. Géneros y formatos televisivos**

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

**10.4. Formatos de ficción**

- 10.4.1. La ficción televisiva
- 10.4.2. La comedia de situación
- 10.4.3. Las series dramáticas
- 10.4.4. La telenovela
- 10.4.5. Otros formatos

**10.5. El guion de ficción en televisión**

- 10.5.1. Introducción
- 10.5.2. La técnica

**10.6. El drama en televisión**

- 10.6.1. La serie dramática
- 10.6.2. La telenovela

**10.7. Las series de comedia**

- 10.7.1. Introducción
- 10.7.2. La sitcom

**10.8. El guion de entretenimiento**

- 10.8.1. El guion paso a paso
- 10.8.2. Escribir para decir

**10.9. Escritura del guion de entretenimiento**

- 10.9.1. Reunión de guion
- 10.9.2. Guion técnico
- 10.9.3. Desglose de producción
- 10.9.4. La escaleta

**10.10. Diseño del guion de entretenimiento**

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



*Cursa un programa que te ayudará a gestionar un departamento audiovisual en cualquier parte del mundo”*

07

# Metodología

Este programa de capacitación ofrece una forma diferente de aprender. Nuestra metodología se desarrolla a través de un modo de aprendizaje de forma cíclica: ***el Relearning***.

Este sistema de enseñanza es utilizado, por ejemplo, en las facultades de medicina más prestigiosas del mundo y se ha considerado uno de los más eficaces por publicaciones de gran relevancia como el ***New England Journal of Medicine***.





“

*Descubre el Relearning, un sistema que abandona el aprendizaje lineal convencional para llevarte a través de sistemas cíclicos de enseñanza: una forma de aprender que ha demostrado su enorme eficacia, especialmente en las materias que requieren memorización”*

## TECH Business School emplea el Estudio de Caso para contextualizar todo el contenido

Nuestro programa ofrece un método revolucionario de desarrollo de habilidades y conocimientos. Nuestro objetivo es afianzar competencias en un contexto cambiante, competitivo y de alta exigencia.

“

*Con TECH podrás experimentar una forma de aprender que está moviendo los cimientos de las universidades tradicionales de todo el mundo”*



*Este programa te prepara para afrontar retos empresariales en entornos inciertos y lograr el éxito de tu negocio.*



*Nuestro programa te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera.*

## Un método de aprendizaje innovador y diferente

El presente programa de TECH es una enseñanza intensiva, creada desde 0 para proponerle al directivo retos y decisiones empresariales de máximo nivel, ya sea en el ámbito nacional o internacional. Gracias a esta metodología se impulsa el crecimiento personal y profesional, dando un paso decisivo para conseguir el éxito. El método del caso, técnica que sienta las bases de este contenido, garantiza que se sigue la realidad económica, social y empresarial más vigente.

“ *Aprenderás, mediante actividades colaborativas y casos reales, la resolución de situaciones complejas en entornos empresariales reales* ”

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo desde que éstas existen. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, el método del caso consistió en presentarles situaciones complejas reales para que tomaran decisiones y emitieran juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas.

En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Ante una determinada situación, ¿qué debería hacer un profesional? Esta es la pregunta a la que nos enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos reales.

Deberán integrar todos sus conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones.

## Relearning Methodology

TECH aúna de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina elementos didácticos diferentes en cada lección.

Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

*Nuestro sistema online te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios. Podrás acceder a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o móvil con conexión a internet.*

En TECH aprenderás con una metodología vanguardista concebida para capacitar a los directivos del futuro. Este método, a la vanguardia pedagógica mundial, se denomina Relearning.

Nuestra escuela de negocios es la única en habla hispana licenciada para emplear este exitoso método. En 2019, conseguimos mejorar los niveles de satisfacción global de nuestros alumnos (calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso, objetivos...) con respecto a los indicadores de la mejor universidad online en español.





En nuestro programa, el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprender, desaprender, olvidar y reaprender). Por eso, combinamos cada uno de estos elementos de forma concéntrica. Con esta metodología se han capacitado más de 650.000 graduados universitarios con un éxito sin precedentes en ámbitos tan distintos como la bioquímica, la genética, la cirugía, el derecho internacional, las habilidades directivas, las ciencias del deporte, la filosofía, el derecho, la ingeniería, el periodismo, la historia o los mercados e instrumentos financieros. Todo ello en un entorno de alta exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico alto y una media de edad de 43,5 años.

*El Relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu especialización, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.*

A partir de la última evidencia científica en el ámbito de la neurociencia, no solo sabemos organizar la información, las ideas, las imágenes y los recuerdos, sino que sabemos que el lugar y el contexto donde hemos aprendido algo es fundamental para que seamos capaces de recordarlo y almacenarlo en el hipocampo, para retenerlo en nuestra memoria a largo plazo.

De esta manera, y en lo que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, los diferentes elementos de nuestro programa están conectados con el contexto donde el participante desarrolla su práctica profesional.



Este programa ofrece los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para los profesionales:



#### Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual, para crear el método de trabajo online de TECH. Todo ello, con las técnicas más novedosas que ofrecen piezas de gran calidad en todos y cada uno los materiales que se ponen a disposición del alumno.



#### Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos.

El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.



#### Prácticas de habilidades directivas

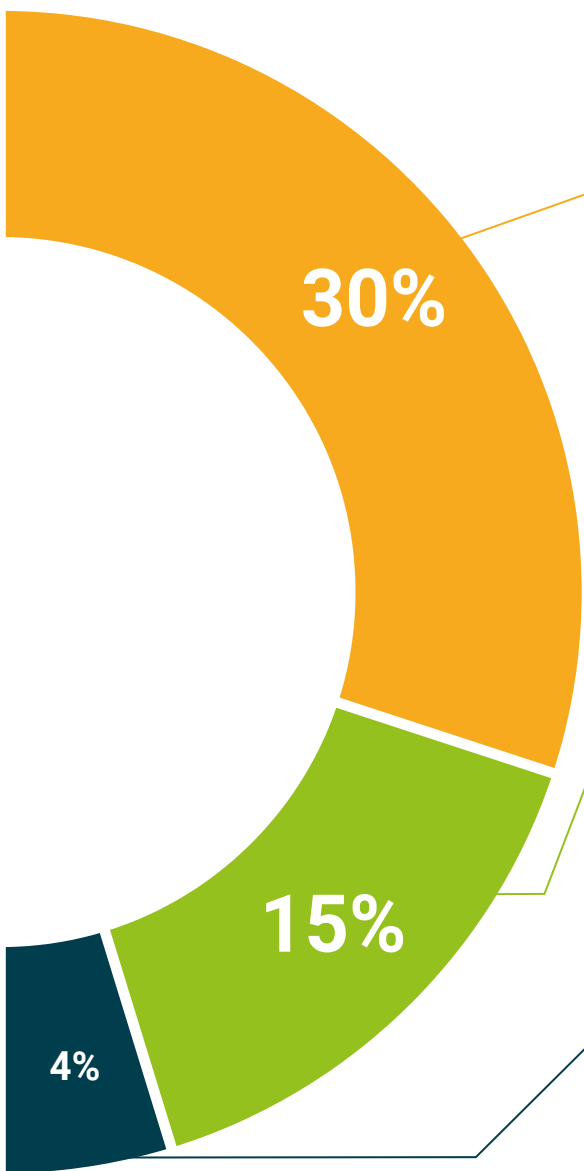
Realizarán actividades de desarrollo de competencias directivas específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un alto directivo precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



#### Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso y guías internacionales, entre otros. En la biblioteca virtual de TECH el estudiante tendrá acceso a todo lo que necesita para completar su capacitación.





**Case studies**

Completarán una selección de los mejores business cases que se emplean en Harvard Business School. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas en alta dirección del panorama latinoamericano.



**Resúmenes interactivos**

El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento. Este exclusivo sistema educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



**Testing & Retesting**

Se evalúan y reevalúan periódicamente los conocimientos del alumno a lo largo del programa, mediante actividades y ejercicios evaluativos y autoevaluativos para que, de esta manera, el estudiante compruebe cómo va consiguiendo sus metas.



08

# Perfil de nuestros alumnos

El MBA en Dirección de Empresas Audiovisuales está dirigido a Graduados, Diplomados y Licenciados universitarios que hayan realizado previamente cualquiera de las siguientes titulaciones en diseño, publicidad, empresa digital, comunicación audiovisual o cualquier otra rama a fin con el área de este campo laboral.

La diversidad de participantes con diferentes perfiles académicos y procedentes de múltiples nacionalidades conforma el enfoque multidisciplinar de este programa.

También podrán realizar el MBA en Dirección de Empresas Audiovisuales los profesionales que, siendo titulados universitarios en cualquier área, cuenten con una experiencia laboral de dos años en un área relacionada.





“

*Conocer los conceptos fundamentales que rigen la distribución, la comercialización y la difusión de un producto audiovisual en la sociedad contemporánea”*

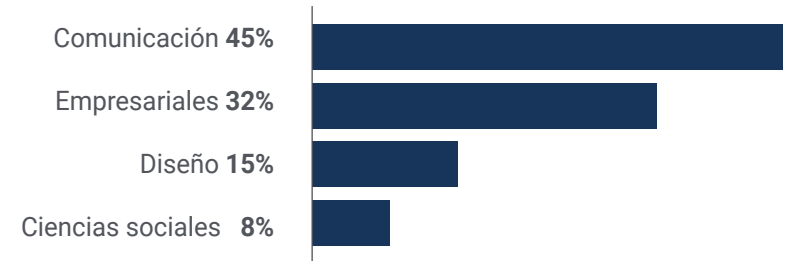
### Edad media

Entre **35** y **45** años

### Años de experiencia



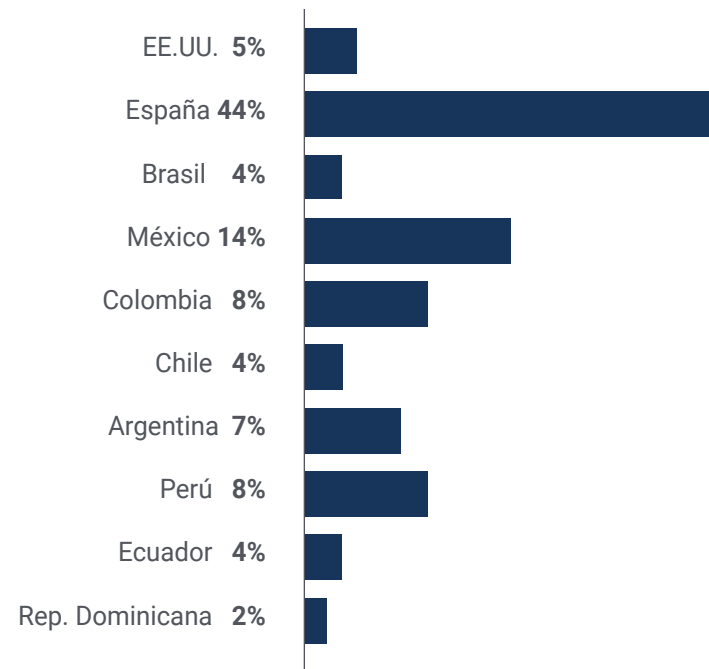
### Formación



### Perfil académico



## Distribución geográfica



## Alejandra Ramón

Jefa de Producción y gerente de proyecto

*"Luego de varios años de gerencia pude comenzar un nuevo proyecto luego de cursar este MBA en Dirección de Empresas Audiovisuales, convirtiéndose en el cambio que necesitaba para impulsar mi carrera. Una excelente opción si quieres continuar tu trabajo, ya que el programa es completamente online"*

09

# Impacto para tu carrera

Somos conscientes de que cursar un programa de estas características supone una gran inversión económica, profesional y, por supuesto, personal. Por esta razón, el objetivo final siempre será brindar todas las herramientas necesarias y una metodología innovadora para motivar a los estudiantes en cada clase. Esto garantizará una inserción laboral satisfactoria en un sector que demanda calidad y excelencia.





“

*Podrás generar un cambio positivo en tu carrera profesional  
Identificar y clasificar los equipos humanos y los medios  
técnicos adecuados y necesarios para cada fase del proyecto”*

## ¿Estás preparado para dar el salto? Una excelente mejora profesional te espera

El MBA en Dirección de Empresas Audiovisuales de TECH es un programa intensivo que te prepara a los futuros egresados para afrontar retos y decisiones empresariales en el campo de dirección de empresas audiovisuales. Su objetivo principal es favorecer tu crecimiento personal y profesional. Ayudarte a conseguir el éxito.

Si quieres superarte a ti mismo, conseguir un cambio positivo a nivel profesional y relacionarte con los mejores, éste es tu sitio.

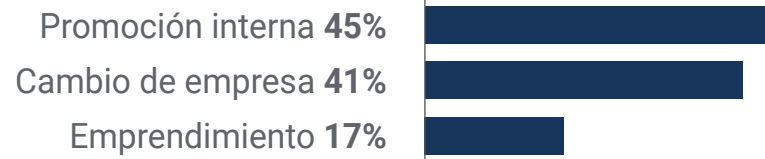
*Una vía de educación y crecimiento profesional que te impulsará hacia una mayor competitividad en el mercado laboral.*

*Logra el cambio positivo que necesitas para impulsar tu carrera y profesión con el MBA en Dirección de Empresas Audiovisuales.*

### Momento del cambio



### Tipo de cambio



## Mejora salarial

---

La realización de este programa supone para nuestros alumnos un incremento salarial de más del **25%**



10

# Beneficios para tu empresa

El MBA en Dirección de Empresas Audiovisuales contribuye a elevar el talento de la organización a su máximo potencial mediante la capacitación de líderes de alto nivel.

Participar en este programa supone una oportunidad única para acceder a una red de contactos potente en la que encontrar futuros socios profesionales, clientes o proveedores.



“

*Estudiar las transformaciones acontecidas en las Industrias Culturales en la oferta y el consumo en las redes digitales, en sus aspectos económicos, políticos y socioculturales”*

Desarrollar y retener el talento en las empresas es la mejor inversión a largo plazo.

01

### **Crecimiento del talento y del capital intelectual**

El profesional aportará a la empresa nuevos conceptos, estrategias y perspectivas que pueden provocar cambios relevantes en la organización.

---

02

### **Retención de directivos de alto potencial evitando la fuga de talentos**

Este programa refuerza el vínculo de la empresa con el profesional y abre nuevas vías de crecimiento profesional dentro de la misma.

03

### **Construcción de agentes de cambio**

Será capaz de tomar decisiones en momentos de incertidumbre y crisis, ayudando a la organización a superar los obstáculos.

---

04

### **Incremento de las posibilidades de expansión internacional**

Gracias a este programa, la empresa entrará en contacto con los principales mercados de la economía mundial.



05

### **Desarrollo de proyectos propios**

El profesional puede trabajar en un proyecto real o desarrollar nuevos proyectos en el ámbito de I + D o Desarrollo de Negocio de su compañía.

---

06

### **Aumento de la competitividad**

Este programa dotará a sus profesionales de competencias para asumir los nuevos desafíos e impulsar así la organización.

11

# Titulación

El MBA en Dirección de Empresas Audiovisuales garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Máster Propio expedido por TECH Universidad Tecnológica.





“

*Supera con éxito este programa y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites”*

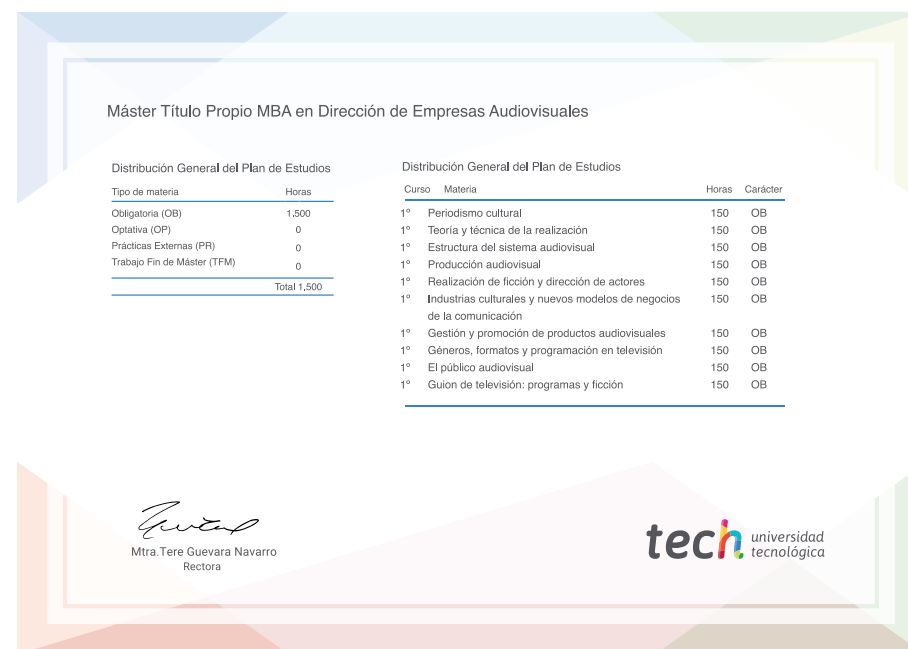
Este **MBA en Dirección de Empresas Audiovisuales** contiene el programa más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal\* con acuse de recibo su correspondiente título de **Máster Propio** emitido por **TECH Universidad Tecnológica**.

El título expedido por TECH Universidad Tecnológica expresará la calificación que haya obtenido en el Máster Título Propio, y reunirá los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores de carreras profesionales.

Título: **Máster Título Propio MBA en Dirección de Empresas Audiovisuales**

N.º Horas Oficiales: **1.500 h.**



\*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH EDUCATION realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.



## Máster Título Propio MBA en Dirección de Empresas Audiovisuales

- » Modalidad: online
- » Duración: 12 meses
- » Titulación: TECH Universidad Tecnológica
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

# Máster Título Propio

## MBA en Dirección de Empresas Audiovisuales

