

Master

Teoria e Critica
del Prodotto Audiovisivo



Master

Teoria e Critica del Prodotto Audiovisivo

- » Modalità: online
- » Durata: 12 mesi
- » Titolo: TECH Global University
- » Accreditamento: 60 ECTS
- » Orario: a scelta
- » Esami: online

Accesso al sito web: www.techtitude.com/it/giornalismo-comunicazione/master/master-teoria-critica-prodotto-audiovisivo

Indice

01

Presentazione

pag. 4

02

Obiettivi

pag. 8

03

Competenze

pag. 14

04

Struttura e contenuti

pag. 18

05

Metodologia

pag. 28

06

Titolo

pag. 36

01

Presentazione

L'evoluzione del prodotto audiovisivo ha subito fin dalle sue origini uno straordinario incremento sotto tutti i punti di vista. Il progresso tecnico ha portato a livelli di produttività tali da consentire la creazione di formati e prodotti rivoluzionari e estremamente interessanti. Tuttavia, questa evoluzione ha riguardato anche gli stili di comunicazione. Questo programma ti porterà ad apprendere i diversi aspetti e le caratteristiche del prodotto audiovisivo nel contesto internazionale, grazie a una specializzazione di altissima qualità; il marchio di fabbrica di tutti i programmi TECH.





“

*Un percorso didattico di alta qualità
sulla Teoria e la Critica del Prodotto Audiovisivo”*

Per lavorare nel settore audiovisivo, è essenziale conoscere a fondo una realtà industriale che è caratterizzata da peculiarità proprie. Nel corso degli argomenti che compongono questo Master, verranno illustrati tutti i settori in cui si sviluppa il prodotto audiovisivo.

È quindi essenziale scoprire gli aspetti della comunicazione visiva. Chiaramente l'immagine e le sue manifestazioni sono la base del prodotto audiovisivo, ma devono partecipare in modo complementare alle altre parti del messaggio. Sapere come gestire le loro strategie di comunicazione equivale a parlare la lingua che caratterizza questo settore competitivo.

Non sono però importanti solo i punti che compongono l'elemento visivo. Durante il Master si studieranno infatti anche le caratteristiche del giornalismo culturale, si conosceranno i movimenti artistici contemporanei e si affronteranno altri temi legati al movimento internazionale in cui si crea, si produce, si distribuisce e si consuma il prodotto audiovisivo.

Particolare attenzione sarà dedicata alle sale cinematografiche delle più svariate parti del mondo, approfondendo il rapporto tra il momento sociale e politico e la creazione audiovisiva.

Un compendio da applicare alla produzione di prodotti, in una visione contemporanea di ciò che sta accadendo in questo momento nel panorama televisivo sia in termini di formati e generi, sia in termini di consumo e pubblico.

Questo **Master in Teoria e Critica del Prodotto Audiovisivo** possiede il programma educativo più completo e aggiornato del mercato. Le caratteristiche principali del programma sono:

- ♦ La più recente tecnologia nel software di e-learning
- ♦ Sistema di insegnamento intensamente visivo, supportato da contenuti grafici e schematici di facile assimilazione e comprensione
- ♦ Sviluppo di casi di studio presentati da esperti in attività
- ♦ Sistemi di video interattivi di ultima generazione
- ♦ Insegnamento supportato dalla pratica online
- ♦ Sistemi di aggiornamento permanente
- ♦ Studio gestito in autonomia: piena compatibilità con altri impegni
- ♦ Esercizi pratici per l'autovalutazione e la verifica dell'apprendimento
- ♦ Gruppi di appoggio e sinergie educative: domande agli esperti, forum di discussione e conoscenza
- ♦ Comunicazione con il personale docente e lavoro di riflessione individuale
- ♦ Contenuti disponibili da qualsiasi dispositivo fisso o mobile dotato di connessione a internet
- ♦ Banche di documentazione complementare sempre disponibili, anche una volta terminato il programma



Acquisisci la padronanza degli aspetti teorici e critici del prodotto audiovisivo e assimila le conoscenze più aggiornate in questo campo"

“

Un programma contestualizzato e reale che ti permetterà di mettere in pratica quanto appreso con nuove abilità e competenze"

Il nostro personale docente è composto da professionisti in attività. TECH si assicura così di offrire ai propri studenti le conoscenze specialistiche necessarie. Un personale docente specializzato nelle più svariate discipline ti trasmetterà le conoscenze teoriche, e soprattutto pratiche, derivate dalla propria esperienza: una delle qualità che contraddistingue questa specializzazione.

A tali conoscenze si affianca l'efficacia dell'impostazione metodologica di questo Master. Sviluppata da un team multidisciplinare di esperti di *e-learning*, la metodologia comprende gli ultimi progressi della tecnologia educativa. In questo modo, potrai studiare con una serie di strumenti multimediali pratici e versatili che ti daranno l'operatività di cui hai bisogno nella tua specializzazione.

La creazione di questo programma è incentrata sull'Apprendimento Basato su Problemi: un approccio che concepisce l'apprendimento come un processo eminentemente pratico. Al fine di raggiungere questo obiettivo in modalità remota, ricorreremo alla pratica online: grazie all'aiuto di un innovativo sistema di video interattivi, e del learning from an expert potrai acquisire le conoscenze come se fossi realmente coinvolto nel contesto specifico che stai studiando in un determinato momento. Un approccio che ti permetterà di integrare e assimilare i concetti in modo più realistico e permanente.

Un'analisi dei distinti ambiti in cui si sviluppa e si produce il messaggio all'interno dell'ambiente audiovisivo.

Un corso pratico e reale che ti permetterà di progredire in modo graduale e sicuro.



02 Obiettivi

Gli obiettivi proposti in ciascuno dei programmi mirano a far progredire gli studenti, e non solo nell'ambito accademico, in cui vengono imposti i più alti standard qualitativi, ma anche nella sfera personale. Proprio a questo scopo ti garantiamo un percorso didattico stimolante e flessibile, che ti permetterà di soddisfare i tuoi obiettivi in modo efficace.



“

*Impara in modo efficace e stimolante e raggiungi
i tuoi obiettivi professionali con la garanzia
di qualità di questo programma"*

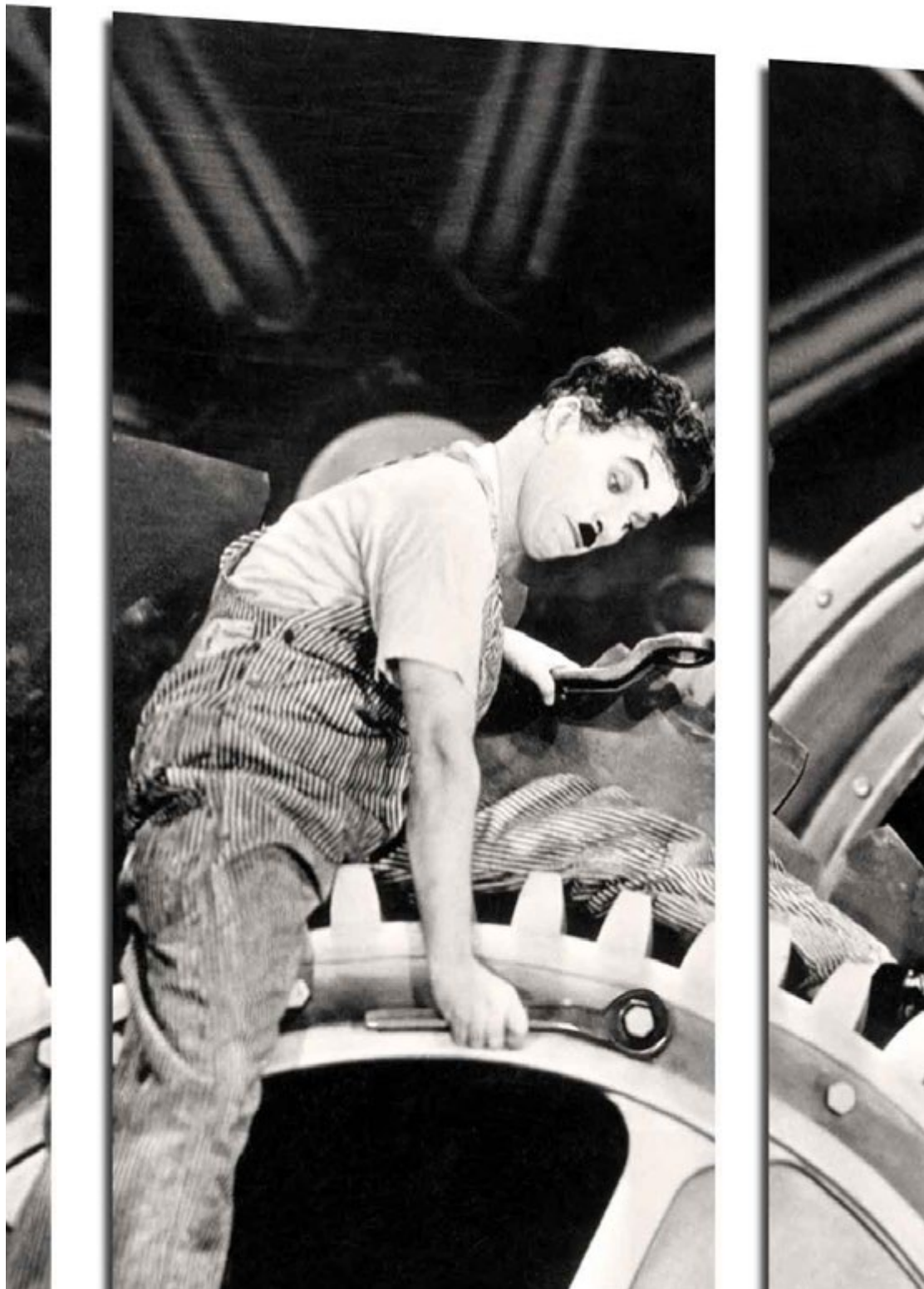


Obiettivi generali

- ♦ Approfondire lo studio del giornalismo, in particolare nell'ambito della Teoria e della Critica del Prodotto Audiovisivo
- ♦ Imparare a svolgere le funzioni di questo settore in un contesto specializzato e professionale



Favoriamo la tua crescita sul piano professionale grazie a questo Master in Teoria e Critica del Prodotto Audiovisivo"





Obiettivi specifici

Modulo 1. Comunicazione visiva

- ♦ Conoscere le principali concezioni dell'immagine
- ♦ Identificare i processi di percezione dell'immagine visiva
- ♦ Indicare gli elementi di base della grammatica dell'immagine
- ♦ Analizzare il ruolo dell'immagine visiva nella società contemporanea
- ♦ Analizzare le immagini in modo isolato e contestuale o sequenziale
- ♦ Mettere in relazione i processi di design e produzione di messaggi visivi con la pratica del giornalismo e del design editoriale

Modulo 2. Analisi delle immagini audiovisive

- ♦ Imparare le basi della natura e del funzionamento dell'immagine in movimento
- ♦ Comprendere i principi del discorso audiovisivo (cinema e televisione)
- ♦ Sviluppare la capacità di interpretare e analizzare i meccanismi che determinano la produzione di significato nell'immagine in movimento
- ♦ Identificare l'appartenenza a un certo stile nell'immagine in movimento
- ♦ Acquisire le competenze di base per l'analisi della costruzione formale e narrativa di storie audiovisive
- ♦ Sviluppare una capacità critica e creativa nei confronti del discorso audiovisivo e della sua evoluzione nel contesto della cultura audiovisiva contemporanea

Modulo 3. Giornalismo culturale

- ♦ Possedere le competenze trasversali e specifiche necessarie per affrontare con successo la realtà del giornalismo culturale in diversi ambiti
- ♦ Conoscere a fondo la comunicazione digitale e il giornalismo culturale
- ♦ Saper individuare, creare e sviluppare storie con i diversi punti che la compongono, improntate al rigore e al personal branding
- ♦ Conoscere e sviluppare le linee guida essenziali per la documentazione nel giornalismo culturale
- ♦ Conoscere, comprendere e identificare le nuove tematiche del giornalismo, della cultura e del web 3.0
- ♦ Conoscere l'uso dei social network nel giornalismo culturale e nei generi giornalistici
- ♦ Saper utilizzare le informazioni attraverso i social media e sviluppare un piano di comunicazione
- ♦ Sviluppare contenuti specifici all'interno del giornalismo culturale in termini di posizionamento

Modulo 4. Movimenti artistici contemporanei

- ♦ Apprendere i principi fondamentali che regolano il mondo dell'arte contemporanea
- ♦ Conoscere le principali tendenze dell'arte moderna e contemporanea
- ♦ Riconoscere l'importanza di analizzare l'arte nel suo contesto storico, sociale, culturale e ideologico
- ♦ Sviluppare la sensibilità artistica e il giudizio critico ed estetico
- ♦ Studiare la stretta relazione tra l'arte e il campo della comunicazione audiovisiva

Modulo 5. Struttura del sistema audiovisivo

- ♦ Conoscere le basi del funzionamento del sistema audiovisivo (fissare i contenuti fondamentali, conoscere gli autori/testi su cui si lavora in ogni argomento)
- ♦ Acquisire la capacità di analisi teorica e critica delle strutture organizzative della comunicazione audiovisiva (comprendere le idee principali, i concetti e gli elementi correlati)
- ♦ Approfondire il quadro storico, economico-politico, sociale e tecnologico in cui i prodotti audiovisivi vengono prodotti, distribuiti e consumati
- ♦ Conoscere la natura e le interrelazioni tra i soggetti della comunicazione audiovisiva: autori, istituzioni, aziende, media, supporti e destinatari
- ♦ Identificare le questioni e i dibattiti attuali riguardanti il sistema audiovisivo

Modulo 6. Cinema americano ed europeo

- ♦ Conoscere lo sviluppo e l'evoluzione dei principali media audiovisivi (cinema e televisione) nel corso della storia
- ♦ Apprendere le basi storiche dei processi audiovisivi e la loro importanza per la comprensione della contemporaneità
- ♦ Distinguere le affiliazioni e le parentele nella grande famiglia dell'audiovisivo in base al loro contesto storico, sociale e culturale
- ♦ Saper analizzare e interpretare i prodotti audiovisivi da una prospettiva più integrata, tenendo conto della loro dimensione storico-sociale
- ♦ Avere una conoscenza panoramica del cinema americano dei primi anni
- ♦ Identificare i diversi periodi storici, generi, movimenti, stili e autori principali del cinema americano
- ♦ Conoscere gli approcci fondamentali alla teoria dei generi cinematografici, nonché la storia e le problematiche dei principali generi cinematografici di Hollywood
- ♦ Conoscere le tradizioni, i temi e i problemi del cinema europeo
- ♦ Analizzare e interpretare il cinema americano contemporaneo

Modulo 7. Cinema in America Latina, Asia e Africa

- ♦ Conoscere la storia e i problemi contemporanei del cinema ispanoamericano
- ♦ Identificare i diversi periodi storici, i movimenti, gli stili e i principali autori del cinema ispanoamericano
- ♦ Contestualizzare, analizzare e interpretare il cinema ispanoamericano contemporaneo, tenendo conto delle sue crescenti dimensioni transnazionali
- ♦ Conoscere la storia e le problematiche contemporanee del cinema in Oriente, Africa e India
- ♦ Distinguere i diversi periodi storici, i movimenti e gli stili geopolitici corrispondenti
- ♦ Contestualizzare, analizzare e interpretare il cinema alla luce delle sue caratteristiche sempre più transnazionali

Modulo 8. Industrie culturali e nuovi modelli di business della comunicazione

- ♦ Studiare le trasformazioni avvenute nelle industrie culturali per quanto riguarda l'offerta e il consumo di reti digitali, nei loro aspetti economici, politici e socio-culturali
- ♦ Approfondire le sfide che l'ambiente digitale ha rappresentato per i modelli di business delle aziende giornalistiche e di altre industrie culturali tradizionali
- ♦ Analizzare e progettare strategie innovative che contribuiscano al miglioramento dei processi gestionali e decisionali, nonché allo sviluppo di prodotti informativi in linea con le esigenze del pubblico e degli inserzionisti
- ♦ Comprendere i cambiamenti nei processi di organizzazione e gestione delle risorse strategiche, umane, materiali e tecniche delle nuove imprese nell'ambiente digitale

Modulo 9. Generi televisivi, formati e programmazione

- ♦ Conoscere il concetto di genere applicato alla produzione narrativa e all'intrattenimento televisivo
- ♦ Distinguere e interpretare i vari generi di produzione narrativa e di intrattenimento televisivo e la loro evoluzione nel tempo
- ♦ Avere la capacità di analizzare culturalmente, socialmente ed economicamente i generi televisivi come base delle pratiche di creazione e consumo di audiovisivi
- ♦ Conoscere le modifiche e le ibridazioni che si verificano nei generi televisivi nel contesto della televisione contemporanea
- ♦ Riconoscere i diversi formati nel contesto dell'attuale panorama televisivo
- ♦ Identificare le caratteristiche principali di un formato, la sua struttura, il suo funzionamento e i fattori di influenza
- ♦ Saper interpretare, analizzare e commentare un format televisivo da una prospettiva professionale, estetica e culturale
- ♦ Conoscere le basi teoriche e il contesto professionale, sociale e culturale della programmazione televisiva, con particolare attenzione alla programmazione televisiva nel modello televisivo nazionale
- ♦ Conoscere le principali tecniche e i processi della programmazione televisiva generalista
- ♦ Comprendere e analizzare in maniera critica i processi dell'offerta televisiva, la sua evoluzione e la sua realtà attuale, in relazione al fenomeno della fruizione e ai contesti sociali e culturali in cui viene prodotta

Modulo 10. Cinema, televisione e società contemporanea

- ♦ Identificare le principali tendenze dei modelli rappresentativi contemporanei in televisione e nel cinema
- ♦ Sviluppare un ragionamento critico nell'affrontare i processi di creazione e analisi delle diverse modalità di rappresentazione nei media audiovisivi
- ♦ Distinguere e studiare i processi socioculturali e il loro impatto sulle procedure di rappresentazione degli audiovisivi
- ♦ Sviluppare la capacità di comprendere e analizzare in modo critico le produzioni cinematografiche contemporanee da una prospettiva sociale, culturale ed estetica
- ♦ Apprendere le basi teoriche e metodologiche per analizzare il cinema e la televisione come creatori di rappresentazione sociale e produzione di significati
- ♦ Acquisire la capacità di distinguere e analizzare criticamente le mutazioni che avvengono nel cinema e nella televisione contemporanei, nel loro contesto sociale e culturale

03

Competenze

La caratteristica principale del programma è la sua focalizzazione sull'acquisizione reale di competenze e abilità che consentiranno agli studenti di avanzare di carriera raggiungendo alti standard qualitativi. Un criterio di eccellenza che si ritrova in ogni parte del programma e in ogni aspetto di questa specializzazione.



“

*Espandi le tue conoscenze in merito
alla storia passata e presente della
comunicazione audiovisiva nel contesto
internazionale grazie a questo Master"*



Competenza generale

- Effettuare un'analisi completa e documentata dell'attuale prodotto audiovisivo con riferimenti al proprio sviluppo storico nell'ambiente internazionale

“

Iscriviti al miglior Master in Teoria e Critica del Prodotto Audiovisivo del panorama universitario attuale”





Competenze specifiche

- ♦ Descrivere la grammatica dell'immagine e i suoi processi percettivi
- ♦ Mettere le immagini in relazione al contesto
- ♦ Utilizzare e analizzare le immagini nell'uso giornalistico
- ♦ Riconoscere il discorso audiovisivo
- ♦ Conoscere gli stili audiovisivi
- ♦ Descrivere i principi del discorso audiovisivo
- ♦ Descrivere cos'è il giornalismo culturale
- ♦ Sapersi muovere efficacemente nel web 3.0
- ♦ Utilizzare i social media in un ambiente giornalistico
- ♦ Spiegare i principi dell'arte contemporanea, le sue tendenze e il suo legame con il momento storico
- ♦ Possedere capacità di giudizio estetico
- ♦ Determinare il rapporto tra l'arte e il prodotto audiovisivo
- ♦ Conoscere e applicare le strutture organizzative della comunicazione audiovisiva
- ♦ Sapersi adattare ai modelli di consumo del momento
- ♦ Conoscere il codice relazionale dei diversi soggetti della comunicazione audiovisiva
- ♦ Avere una visione contestuale
- ♦ Conoscere i momenti storici ed evolutivi del mezzo audiovisivo nelle sue diverse espressioni
- ♦ Riconoscere le basi storiche, sociali e culturali che li caratterizzano
- ♦ Avere una conoscenza approfondita della situazione del cinema latino-americano, dal punto di vista storico e attuale
- ♦ Avere una conoscenza approfondita della situazione del cinema in Oriente, Africa e India, dal punto di vista storico e attuale
- ♦ Essere in grado di contestualizzarli da un punto di vista transnazionale
- ♦ Essere in grado di adattarsi ai cambiamenti dell'offerta e del consumo
- ♦ Riconoscere le sfide del paesaggio digitale
- ♦ Progettare strategie di gestione innovative
- ♦ Riconoscere tutti i generi di produzione audiovisiva
- ♦ Spiegare il rapporto tra genere e momento sociale
- ♦ Comprendere lo stato attuale del consumo televisivo
- ♦ Riconoscere le diverse strategie comunicative dei vari formati in relazione ai contesti culturali
- ♦ Conoscere le tendenze sociali attualmente rappresentate in TV e nel cinema
- ♦ Riconoscere le influenze e produrre un'analisi critica delle produzioni cinematografiche in relazione al contesto specifico e globale a tutti i livelli di interazione

04

Struttura e contenuti

Il piano di studi del programma è estremamente esauriente e possiede tutte le nozioni necessarie per assimilare i metodi di lavoro tipici di questo settore. Grazie a un approccio incentrato sull'applicazione pratica che ti permetterà di crescere fin da subito a livello professionale.



“

Un programma di studi completo che si concentra sull'acquisizione di conoscenze e le converte in competenze reali, pensate per portarti a raggiungere l'eccellenza"

Modulo 1. Comunicazione visiva

- 1.1. Comunicazione visiva
 - 1.1.1. Introduzione
 - 1.1.2. Comunicazione e alfabetizzazione visiva
 - 1.1.2.1. Imparare a conoscere la cultura visiva
 - 1.1.2.2. Linguaggio naturale o linguaggio arbitrario
 - 1.1.3. Qualità della comunicazione visiva
 - 1.1.3.1. Immediatezza
 - 1.1.3.2. Regole di base per la selezione bibliografica, la verifica, la citazione e la referenziazione
 - 1.1.3.3. Grado di complessità del messaggio
 - 1.1.4. Definizione di Comunicazione Visiva
- 1.2. Il graphic design
 - 1.2.1. Introduzione
 - 1.2.2. Il design
 - 1.2.3. Il graphic design
 - 1.2.3.1. Il grafismo
 - 1.2.3.2. Design e arte
 - 1.2.4. Graphic design e comunicazione
 - 1.2.5. Campi di applicazione del graphic design
- 1.3. Background ed evoluzione della Comunicazione Visiva
 - 1.3.1. Introduzione
 - 1.3.2. Il problema dell'origine
 - 1.3.3. Preistoria
 - 1.3.4. Età Antica
 - 1.3.4.1. Grecia
 - 1.3.4.2. Roma
 - 1.3.5. Il Medioevo
 - 1.3.6. Il Rinascimento: la nascita della stampa in Europa
 - 1.3.7. Dal XVI al XVIII secolo
 - 1.3.9. Il XIX secolo e la prima metà del XX secolo
- 1.4. Il significato dei messaggi visivi
 - 1.4.1. Introduzione
 - 1.4.2. L'immagine, oggetto di significato
 - 1.4.3. La qualità rappresentativa dell'immagine: l'iconicità
 - 1.4.3.1. Tipo, *Pattern* e *Form*
 - 1.4.4. La qualità plastica dell'immagine
 - 1.4.4.1. Il segno plastico
 - 1.4.5. La qualità simbolica
 - 1.4.6. Altri codici visivi
- 1.5. La persuasione
 - 1.5.1. Introduzione
 - 1.5.2. La forza di persuasione della pubblicità
 - 1.5.3. Caratteristiche
- 1.6. Elementi relativi alla rappresentazione dell'immagine
 - 1.6.1. Introduzione
 - 1.6.2. Elementi relativi alla rappresentazione dell'immagine
 - 1.6.3. L'articolazione della rappresentazione delle immagini
 - 1.6.3.1. Il concetto di rappresentazione
 - 1.6.3.2. L'articolazione della rappresentazione
 - 1.6.3.3. Il significato plastico
 - 1.6.4. Elementi morfologici dell'immagine
 - 1.6.5. Elementi scalari dell'immagine
 - 1.6.5.1. Dimensione
 - 1.6.5.2. La scala
 - 1.6.5.3. La proporzione
 - 1.6.5.4. Il formato
- 1.7. La composizione
 - 1.7.1. Introduzione
 - 1.7.2. Composizione o sintassi visiva
 - 1.7.3. L'equilibrio
 - 1.7.4. Elementi dinamici della rappresentazione
 - 1.7.5. Composizione normativa



- 1.8. Colori e luce
 - 1.8.1. Introduzione
 - 1.8.2. Luce, colore e percezione
 - 1.8.2.1. La luce e lo spettro dei colori visibili
 - 1.8.2.2. La percezione della luce e dei colori
 - 1.8.2.3. La capacità di adattamento del sistema percettivo
 - 1.8.2.4. La temperatura di colore di una sorgente luminosa
 - 1.8.3. Colori primari
 - 1.8.4. Tecniche di base per la riproduzione del colore
 - 1.8.5. Dimensioni del colore
 - 1.8.6. Tipi di armonia e costruzione della tavolozza
 - 1.8.7. Funzioni plastiche del colore
- 1.9. La Tipografia
 - 1.9.1. Introduzione
 - 1.9.2. Struttura formale e misurazione dei tipi
 - 1.9.3. Classificazione dei caratteri tipografici
 - 1.9.4. La composizione del testo
 - 1.9.5. Problemi che influiscono sulla leggibilità
- 1.10. Design editoriale e infografiche
 - 1.10.1. Introduzione
 - 1.10.2. Design editoriale
 - 1.10.3. Infografiche
 - 1.10.4. Funzioni del design giornalistico
 - 1.10.5. Nota finale sul termine design giornalistico
 - 1.10.6. Arbitrarietà o naturalezza del design giornalistico
 - 1.10.7. Articolare il linguaggio visivo del design giornalistico

Modulo 2. Analisi delle immagini audiovisive

- 2.1. Basi teoriche e metodologia di analisi
 - 2.1.1. Differenze tra critica e analisi cinematografica: il metodo scientifico
 - 2.1.2. Criteri per la critica cinematografica
- 2.2. Analisi del film: strumenti e metodi I
 - 2.2.1. La proposta di Jaques e Michel Marie Aumont
 - 2.2.2. La proposta di Francesco Casetti e Federico di Chio
- 2.3. Analisi del film: strumenti e metodi II
 - 2.3.1. L'analisi del film secondo David Bordwell
- 2.4. L'approccio storico all'analisi cinematografica
 - 2.4.1. Approcci tradizionali
 - 2.4.2. La proposta di Robert Allen e David Gomery
- 2.5. L'analisi dell'immagine cinematografica
 - 2.5.1. La verosimiglianza spaziale e la progettualità drammatica e psicologica del modello classico
 - 2.5.2. Processi di identificazione
 - 2.5.3. L'approccio estetico
- 2.6. Approccio culturale all'analisi dell'immagine cinematografica
 - 2.6.1. Analisi cinematografica e cultura popolare
 - 2.6.2. Approcci culturali all'analisi cinematografica
- 2.7. L'analisi dell'immagine televisiva
 - 2.7.1. Principali metodi di ricerca e tecniche di approccio all'analisi televisiva
 - 2.7.2. Studio dei casi
- 2.8. L'approccio storico all'analisi televisiva
 - 2.8.1. Analisi televisiva in prospettiva storica
 - 2.8.2. Casi di studio
- 2.9. Analisi di programmi audiovisivi di notizie
 - 2.9.1. Analisi di prodotti informativi audiovisivi
 - 2.9.2. Casi di studio
- 2.10. Analisi dell'immagine pubblicitaria
 - 2.10.1. Analisi di prodotti audiovisivi persuasivi
 - 2.10.2. Analisi del videoclip

Modulo 3. Giornalismo culturale

- 3.1. Concetto e limiti del giornalismo culturale
 - 3.1.1. Introduzione: il concetto di cultura
 - 3.1.2. Informazioni culturali sull'arte
 - 3.1.3. Informazioni culturali sulle arti dello spettacolo
 - 3.1.4. Informazioni culturali sul cinema
 - 3.1.5. Informazioni culturali sulla musica
 - 3.1.6. Informazioni culturali sui libri
- 3.2. Le origini del giornalismo culturale
 - 3.2.1. Introduzione
 - 3.2.2. Le origini dell'informazione culturale nella stampa
 - 3.2.3. Le origini dell'informazione culturale alla radio
 - 3.2.4. Le origini dell'informazione culturale in televisione
- 3.3. La pratica del giornalismo culturale
 - 3.3.1. Introduzione
 - 3.3.2. Considerazioni generali
 - 3.3.3. Fattori di interesse e criteri di valutazione per l'elaborazione di informazioni culturali
- 3.4. Le fonti del giornalismo culturale
 - 3.4.1. Introduzione
 - 3.4.2. Fonti generali di informazione culturale
 - 3.4.3. Fonti specifiche di informazione audiovisiva sulla cultura
- 3.5. I generi nell'informazione culturale
 - 3.5.1. Introduzione
 - 3.5.2. Notizia
 - 3.5.3. Intervista
 - 3.5.4. Cronaca
 - 3.5.5. Reportage
- 3.6. L'attuale diversificazione dell'informazione culturale della stampa, della radio e della TV
 - 3.6.1. Introduzione
 - 3.6.2. Informazioni culturali sulla stampa
 - 3.6.3. Informazioni culturali alla radio
 - 3.6.4. Informazioni culturali sulla televisione

- 3.7. Cultura e Internet
 - 3.7.1. Introduzione
 - 3.7.2. La cultura e Internet
 - 3.7.3. Benefici della cultura
- 3.8. Marketing culturale
 - 3.8.1. Introduzione
 - 3.8.2. Marketing culturale
 - 3.8.3. Come funziona il Marketing culturale?
- 3.9. Analisi della cultura
 - 3.9.1. Introduzione
 - 3.9.2. Approccio teorico e metodologico alla cultura
 - 3.9.3. Cultura, comunicazione e significato
 - 3.9.4. Cultura e immaginario
- 3.10. Cybercultura e giornalismo digitale dei contenuti culturali
 - 3.10.1. Introduzione
 - 3.10.2. Definizione di cybercultura
 - 3.10.3. Giornalismo digitale di contenuti culturali
 - 3.10.4. Le basi del giornalismo digitale dei contenuti culturali

Modulo 4. Movimenti artistici contemporanei

- 4.1. Introduzione
 - 4.1.1. La ricerca della modernità nell'architettura contemporanea
 - 4.1.2. L'architettura Occidentale dalla metà del XIX secolo alla Prima Guerra Mondiale
- 4.2. Il Movimento Moderno in architettura
 - 4.2.1. Razionalismo, funzionalismo e avanguardia. Movimento Moderno e Stile Internazionale
 - 4.2.2. Le utopie del Futurismo, dell'Espressionismo e del Costruttivismo Russo
 - 4.2.3. Architettura e totalitarismo
- 4.3. Architettura dopo la Seconda Guerra Mondiale (1945-1965)
 - 4.3.1. La diffusione dell'International Style negli Stati Uniti e la ricostruzione postbellica in Europa
 - 4.3.2. L'evoluzione dei CIAM e dell'Urbanistica Razionalista
 - 4.3.3. Organicismo
 - 4.3.4. Brutalismo ed espressionismo strutturale

- 4.4. Architettura della decostruzione e del riciclo (1965)
 - 4.4.1. High-Tech
 - 4.4.2. La Decostruzione in architettura
 - 4.4.3. L'era della dispersione
- 4.5. Impressionismo e origini dell'arte moderna I
 - 4.5.1. Impressionismo: il colore come strumento di trasformazione della pittura
 - 4.5.2. Le avanguardie storiche: Post-impressionismo, Puntinismo, Neoimpressionismo, Fauvismo
- 4.6. L'impressionismo e le origini dell'arte moderna II
 - 4.6.1. La via analitica: il Cubismo e la trasformazione dell'arte dal volume delle cose. Il Futurismo
 - 4.6.2. Il percorso spirituale: Kandinsky, Malevich, Mondrian e l'astrazione
 - 4.6.3. La via soggettiva: espressionismo e surrealismo
- 4.7. Il nuovo sistema artistico del secondo dopoguerra. L'istituzionalizzazione delle avanguardie
 - 4.7.1. Il percorso intellettuale: Duchamp, dal dadaismo all'arte concettuale
- 4.8. Pop Art: il gusto popolare e Kitsch e "alta cultura"
 - 4.8.1. La via dell'ironia: Warhol e la Pop Art
 - 4.8.2. Influenze della Pop Art nel cinema
- 4.9. Arte minimalista e concettuale
 - 4.9.1. Verso la smaterializzazione dell'opera d'arte: minimal art e arte concettuale
 - 4.9.2. Arti dell'azione: la critica del sistema. *Performance, happening, body-art, land-art*
- 4.10. Postmodernità. Il ritorno alla pittura: transavanguardia e neoespressionismo
 - 4.10.1. Il ritorno della pittura: transavanguardia e neoespressionismo
 - 4.10.2. Arte e post-strutturalismo
 - 4.10.3. Le opzioni compromesse

Modulo 5. Struttura del sistema audiovisivo

- 5.1. Introduzione alle Industrie Culturali (IC)
 - 5.1.1. Concetti di cultura. Cultura-Comunicazione
 - 5.1.2. Teoria ed evoluzione delle IC: tipologia e modelli
- 5.2. Industria cinematografica I
 - 5.2.1. Caratteristiche e soggetti principali
 - 5.2.2. Struttura del sistema cinematografico
- 5.3. Industria cinematografica II
 - 5.3.1. L'industria cinematografica statunitense
 - 5.3.2. Società di produzione indipendenti
 - 5.3.3. Problemi e dibattiti nell'industria cinematografica
- 5.4. Industria cinematografica III
 - 5.4.1. Regolamentazione cinematografica: Stato e cultura. Politiche per la tutela e la promozione della cinematografia
 - 5.4.2. Caso di studio
- 5.5. Industria televisiva I
 - 5.5.1. La televisione economica
 - 5.5.2. Modelli fondatori
 - 5.5.3. Trasformazioni
- 5.6. Industria televisiva II
 - 5.6.1. L'industria televisiva statunitense
 - 5.6.2. Caratteristiche principali
 - 5.6.3. Regolamentazione statale
- 5.7. Industria televisiva III
 - 5.7.1. Il servizio pubblico televisivo in Europa
 - 5.7.2. Crisi e dibattiti
- 5.8. Gli assi del cambiamento
 - 5.8.1. Nuovi processi nel settore audiovisivo
 - 5.8.2. Dibattiti normativi
- 5.9. Televisione Digitale Terrestre (DTT)
 - 5.9.1. Ruolo dello Stato ed esperienze
 - 5.9.2. Le nuove caratteristiche del sistema televisivo
- 5.10. Nuovi protagonisti del panorama audiovisivo
 - 5.10.1. Piattaforme di servizi *Over The Top* (OTT)
 - 5.10.2. Conseguenze della loro diffusione

Modulo 6. Cinema americano ed europeo

- 6.1. Le origini del cinema. I primi movimenti cinematografici
 - 6.1.1. Il gruppo di pionieri
 - 6.1.2. Il cinema di Georges Mélié
 - 6.1.3. La Scuola di Brighton
 - 6.1.4. Film d'Art
 - 6.1.5. Movimento Kolossal
- 6.2. L'articolazione del linguaggio cinematografico. Lo splendore del cinema muto
 - 6.2.1. Per un linguaggio cinematografico: David W. Griffith
 - 6.2.2. Cinema espressionista tedesco
 - 6.2.3. Il cinema rivoluzionario sovietico
- 6.3. Cinema classico di Hollywood I
 - 6.3.1. Il sistema degli studi
 - 6.3.2. Star di Hollywood
 - 6.3.3. Hollywood: fabbrica dei generi
 - 6.3.4. La teoria dei generi cinematografici
- 6.4. Cinema classico di Hollywood II
 - 6.4.1. Generi del cinema classico americano: dramma, commedia, film noir
- 6.5. Cinema classico di Hollywood III
 - 6.5.1. Generi del cinema classico americano: thriller, western, film di guerra e musical
 - 6.5.2. L'evoluzione dei generi
- 6.6. Il cinema europeo dopo la Seconda Guerra Mondiale
 - 6.6.1. La crisi del modello classico: contesto storico. Neorealismo
 - 6.6.2. I nuovi cinema: *Nouvelle vague*
 - 6.6.3. I nuovi cinema: il Free Cinema
- 6.7. Avanguardia classica e moderna
 - 6.7.1. Il cinema sperimentale
 - 6.7.2. Espressionismo, Dadaismo, Surrealismo
 - 6.7.3. Casi di studio
- 6.8. La sopravvivenza e il declino dei classici. La Nuova Hollywood
 - 6.8.1. I contributi europei al cinema americano
 - 6.8.2. Autori e film

- 6.9. Altri cinema dell'epoca contemporanea
 - 6.9.1. Cinema sociale britannico
 - 6.9.2. Movimento Dogma
 - 6.9.3. Cinema d'autore
- 6.10. Tecnologia ed estetica: il cinema nell'era dell'audiovisivo
 - 6.10.1. L'avvento del cinema digitale
 - 6.10.2. Studio di caso

Modulo 7. Cinema in America Latina, Asia e Africa

- 7.1. Approccio teorico e metodologico
 - 7.1.1. Dibattiti teorici sulla terminologia e sulle categorie geopolitiche
 - 7.1.2. Lo studio del cinema periferico
 - 7.1.3. Lo studio del cinema ispano-americano
- 7.2. Storia del cinema ispano-americano
 - 7.2.1. Argentina
 - 7.2.2. Messico
 - 7.2.3. Altre cinematografie
- 7.3. Elementi chiave del cinema ispano-americano contemporaneo I
 - 7.3.1. Argentina
 - 7.3.2. Messico
- 7.4. Elementi chiave del cinema ispano-americano contemporaneo II
 - 7.4.1. Brasile
 - 7.4.2. Uruguay
 - 7.4.3. Cile
 - 7.4.4. Colombia
- 7.5. Cinema transnazionale in America Latina
 - 7.5.1. Cinema (trans) nazionale latinoamericano
 - 7.5.2. Coproduzioni cinematografiche
- 7.6. Cinema in Asia
 - 7.6.1. Il cinema in un contesto periferico
 - 7.6.2. La nascita dell'industria cinematografica
 - 7.6.3. Lo sviluppo del cinema in Asia

- 7.7. Cinema in Africa
 - 7.7.1. Nigeria
 - 7.7.2. Marocco
 - 7.7.3. Altre cinematografie
- 7.8. Cinema in India
 - 7.8.1. Il primo cinema
 - 7.8.2. Cinema indiano indipendente
 - 7.8.3. Da Satyajit Ray al nuovo cinema
 - 7.8.4. Cinema contemporaneo: Bollywood
- 7.9. Prospettive transnazionali. Cinema in diaspora
 - 7.9.1. Cinema della diaspora
 - 7.9.2. Altri cinema della diaspora e prospettive transnazionali
- 7.10. Cinema femminile in America Latina, Asia, Africa e India
 - 7.10.1. Introduzione
 - 7.10.2. America Latina
 - 7.10.3. Asia, Nord Africa, India

Modulo 8. Industrie culturali e nuovi modelli di business della comunicazione

- 8.1. I concetti di cultura, economia, comunicazione, tecnologia, CI
 - 8.1.1. Cultura, economia, comunicazione
 - 8.1.2. Industrie culturali
- 8.2. Tecnologia, comunicazione e cultura
 - 8.2.1. Cultura artigianale mercificata
 - 8.2.2. Dallo spettacolo dal vivo alle arti visive
 - 8.2.3. Musei e patrimonio
- 8.3. I principali settori dell'industria culturale
 - 8.3.1. Prodotti editoriali
 - 8.3.2. CI di flusso
 - 8.3.3. Modelli ibridi
- 8.4. L'era digitale nelle industrie culturali
 - 8.4.1. Industrie culturali digitali
 - 8.4.2. Nuovi modelli nell'era digitale

- 8.5. Media digitali e media nell'era digitale
 - 8.5.1. Il business della stampa *online*
 - 8.5.2. La radio nell'ambiente digitale
 - 8.5.3. Particolarità dei media nell'era digitale
- 8.6. Globalizzazione e diversità culturale
 - 8.6.1. Concentrazione, internazionalizzazione e globalizzazione delle industrie culturali
 - 8.6.2. La lotta per la diversità culturale
- 8.7. Politiche culturali e di cooperazione
 - 8.7.1. Politiche culturali
 - 8.7.2. Il ruolo degli Stati e delle loro regioni
- 8.8. Diversità musicale nel cloud
 - 8.8.1. Il settore musicale oggi
 - 8.8.2. Il cloud
 - 8.8.3. Iniziative latinoamericane
- 8.9. La diversità nell'industria audiovisiva
 - 8.9.1. Dal pluralismo alla diversità
 - 8.9.2. Diversità, cultura e comunicazione
 - 8.9.3. Conclusioni e proposte
- 8.10. La diversità audiovisiva su Internet
 - 8.10.1. Il sistema audiovisivo nell'era di Internet
 - 8.10.2. Offerte televisive e diversità
 - 8.10.3. Conclusioni

Modulo 9. Generi televisivi, formati e programmazione

- 9.1. Il genere in televisione
 - 9.1.1. Introduzione
 - 9.1.2. Generi televisivi
- 9.2. Il formato televisivo
 - 9.2.1. Approccio al concetto di formato
 - 9.2.2. Formati televisivi
- 9.3. Fare televisione
 - 9.3.1. Il processo creativo nell'intrattenimento
 - 9.3.2. Il processo creativo nella fiction
- 9.4. Evoluzione dei formati nell'attuale mercato internazionale I
 - 9.4.1. Consolidamento del formato
 - 9.4.2. Il format del reality TV
 - 9.4.3. Le novità della *Reality TV*
 - 9.4.4. La televisione digitale terrestre e la crisi finanziaria
- 9.5. Evoluzione dei formati nell'attuale mercato internazionale II
 - 9.5.1. Mercati emergenti
 - 9.5.2. Marchi globali
 - 9.5.3. La televisione si reinventa
 - 9.5.4. L'era della globalizzazione
- 9.6. Vendere il formato. Il *Pitching*
 - 9.6.1. Vendita di un format televisivo
 - 9.6.2. Il *Pitching*
- 9.7. Introduzione alla programmazione televisiva
 - 9.7.1. Il ruolo della programmazione
 - 9.7.2. Fattori che influenzano la programmazione
- 9.8. Modelli di programmazione televisiva
 - 9.8.1. Stati Uniti e Regno Unito
- 9.9. La pratica professionale della programmazione televisiva
 - 9.9.1. Il dipartimento di programmazione
 - 9.9.2. Programmazione per la televisione

- 9.10. Ricerca sull'audience
 - 9.10.1. Ricerca sull'audience televisiva
 - 9.10.2. Concetti e valutazioni di audience

Modulo 10. Cinema, televisione e società contemporanea

- 10.1. Visibilità e sguardo
 - 10.1.1. Imparare a guardare
 - 10.1.2. Antropologia visiva
 - 10.1.3. La visione
- 10.2. Immagini di differenza
 - 10.2.1. La costruzione
 - 10.2.2. La rappresentazione
 - 10.2.3. Il significato
- 10.3. L'immaginario
 - 10.3.1. L'immaginario
 - 10.3.2. Strutture antropologiche dell'immaginario
 - 10.3.3. La convenzione
- 10.4. Modalità di rappresentazione
 - 10.4.1. Introduzione
 - 10.4.2. Cinema
 - 10.4.3. Televisione
- 10.5. Comunicazione e cultura popolare
 - 10.5.1. Studi culturali
 - 10.5.2. Teoria critica dei media
 - 10.5.3. Cultura popolare
- 10.6. Rappresentazione e alterità
 - 10.6.1. Introduzione
 - 10.6.2. Rappresentazione e alterità nell'immaginario occidentale dell'africanismo
- 10.7. Rappresentazione e "Star system"
 - 10.7.1. Lo "Star System" come prodotto culturale
 - 10.7.2. Caso di studio

- 10.8. La rappresentazione delle donne nella fiction
 - 10.8.1. Introduzione
 - 10.8.2. Casi di studio
- 10.9. La rappresentazione del controllo sociale nella fiction
 - 10.9.1. Introduzione
 - 10.9.2. Casi di studio
- 10.10. Rappresentazioni del terrorismo nel cinema e nella televisione
 - 10.10.1. Rappresentazioni del terrorismo



Studia secondo i tuoi ritmi, con la flessibilità di un programma facilmente conciliabile con altri impegni professionali"

05

Metodologia

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

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



“

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

Caso di Studio per contestualizzare tutti i contenuti

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

“

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



Avrai accesso a un sistema di apprendimento basato sulla ripetizione, con un insegnamento naturale e progressivo durante tutto il programma.



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

Un metodo di apprendimento innovativo e differente

Questo programma di TECH consiste in un insegnamento intensivo, creato ex novo, che propone le sfide e le decisioni più impegnative in questo campo, sia a livello nazionale che internazionale. Grazie a questa metodologia, la crescita personale e professionale viene potenziata, effettuando un passo decisivo verso il successo. Il metodo casistico, la tecnica che sta alla base di questi contenuti, garantisce il rispetto della realtà economica, sociale e professionale più attuali.

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

Il metodo casistico è stato il sistema di apprendimento più usato nelle migliori business school del mondo da quando esistono. Sviluppato nel 1912 affinché gli studenti di Diritto non imparassero la legge solo sulla base del contenuto teorico, il metodo casistico consisteva nel presentare loro situazioni reali e complesse per prendere decisioni informate e giudizi di valore su come risolverle. Nel 1924 fu stabilito come metodo di insegnamento standard ad Harvard.

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

Metodologia Relearning

TECH coniuga efficacemente la metodologia del Caso di Studio con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione, che combina 8 diversi elementi didattici in ogni lezione.

Potenziamo il Caso di Studio con il miglior metodo di insegnamento 100% online: il Relearning.

Nel 2019 abbiamo ottenuto i migliori risultati di apprendimento di tutte le università online del mondo.

In TECH si impara attraverso una metodologia all'avanguardia progettata per preparare i manager del futuro. Questo metodo, all'avanguardia della pedagogia mondiale, si chiama Relearning.

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



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

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

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

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



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



Materiale di studio

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

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



Master class

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

Imparare da un esperto rafforza la conoscenza e la memoria, costruisce la fiducia nelle nostre future decisioni difficili.



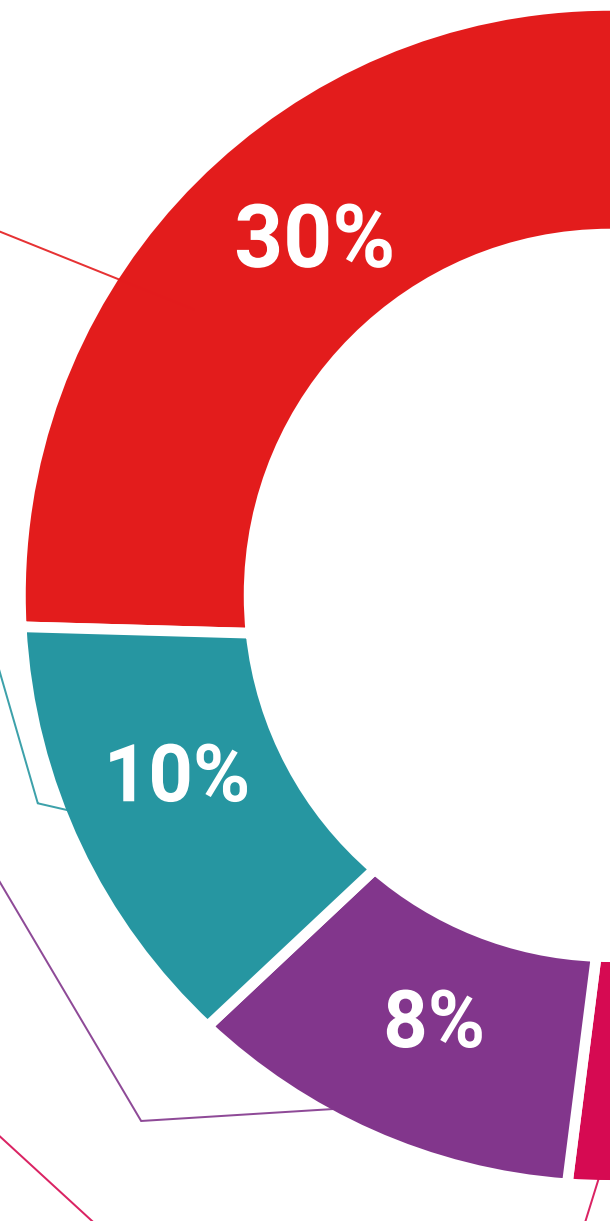
Pratiche di competenze e competenze

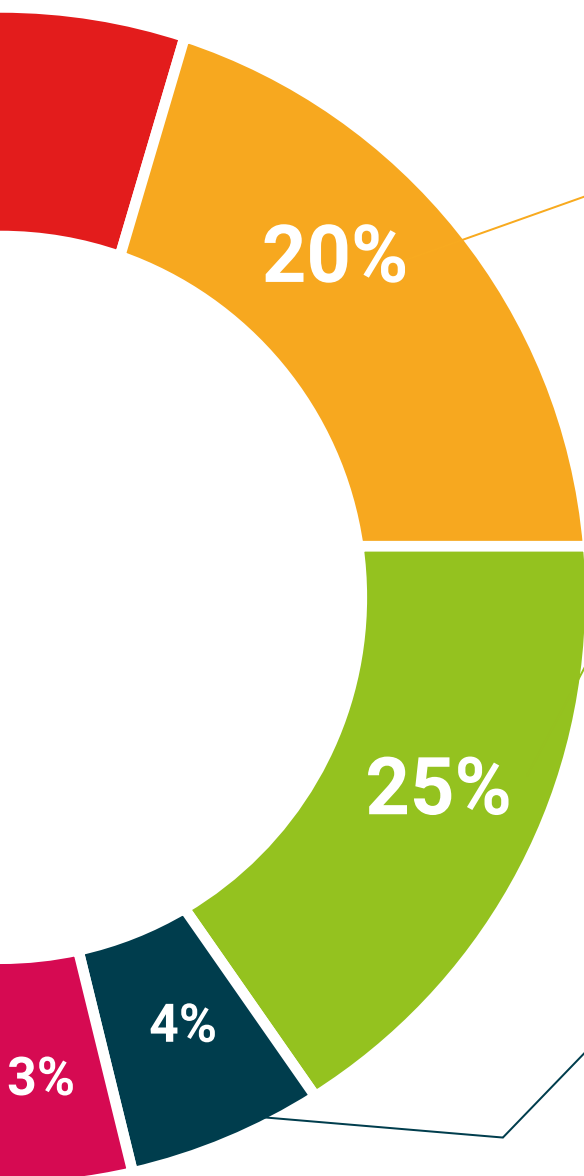
Svolgerai attività per sviluppare competenze e capacità specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che uno specialista deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



Lecture complementari

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





Casi di Studio

Completerai una selezione dei migliori casi di studio scelti appositamente per questo corso. Casi presentati, analizzati e monitorati dai migliori specialisti del panorama internazionale.



Riepiloghi interattivi

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

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



Testing & Retesting

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



06

Titolo

Il Master in Teoria e Critica del Prodotto Audiovisivo ti garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, l'accesso a una qualifica di Master rilasciata da TECH Global University.



“

Porta a termine questo programma e ricevi la tua qualifica universitaria senza spostamenti o fastidiose formalità”

Questo programma ti consentirà di ottenere il titolo di studio di **Master in Teoria e Critica del Prodotto Audiovisivo** rilasciato da **TECH Global University**, la più grande università digitale del mondo.

TECH Global University è un'Università Ufficiale Europea riconosciuta pubblicamente dal Governo di Andorra ([bollettino ufficiale](#)). Andorra fa parte dello Spazio Europeo dell'Istruzione Superiore (EHEA) dal 2003. L'EHEA è un'iniziativa promossa dall'Unione Europea che mira a organizzare il quadro formativo internazionale e ad armonizzare i sistemi di istruzione superiore dei Paesi membri di questo spazio. Il progetto promuove valori comuni, l'implementazione di strumenti congiunti e il rafforzamento dei meccanismi di garanzia della qualità per migliorare la collaborazione e la mobilità tra studenti, ricercatori e accademici.

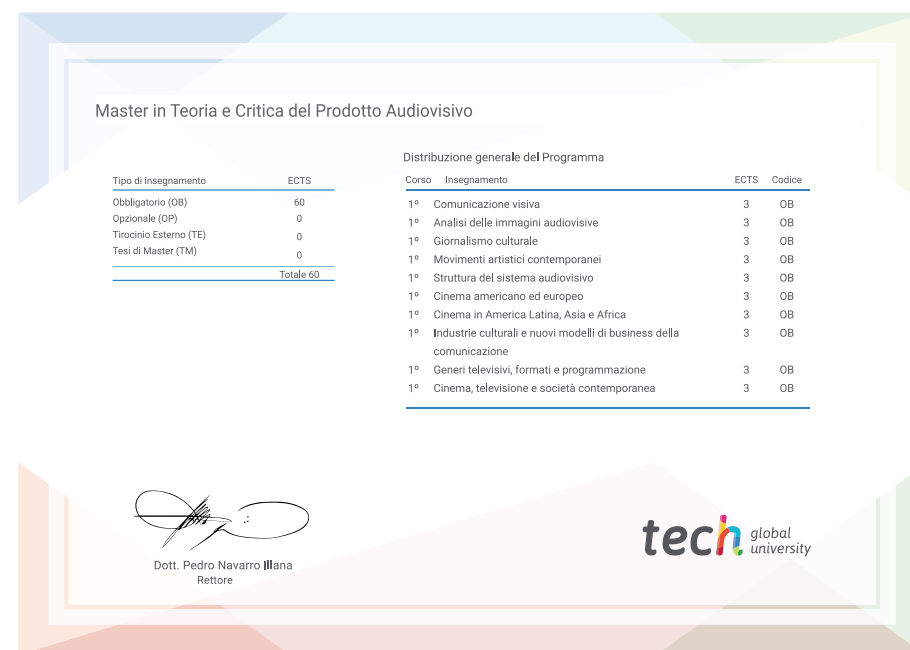
Questo titolo di **TECH Global University** è un programma europeo di formazione continua e aggiornamento professionale che garantisce l'acquisizione di competenze nella propria area di conoscenza, conferendo allo studente che supera il programma un elevato valore curriculare.

Titolo: **Master in Teoria e Critica del Prodotto Audiovisivo**

Modalità: **online**

Durata: **12 mesi**

Accreditamento: **60 ECTS**



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

tech università
tecnologica

Master

Teoria e Critica del
Prodotto Audiovisivo

- » Modalità: online
- » Durata: 12 mesi
- » Titolo: TECH Global University
- » Accreditamento: 60 ECTS
- » Orario: a scelta
- » Esami: online

Master

Teoria e Critica del Prodotto Audiovisivo