

Advanced Master

Alta Gestão da Indústria Audiovisual



Advanced Master Alta Gestão da Indústria Audiovisual

- » Modalidade: online
- » Duração: 2 anos
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Dedicação: 16h/semana
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

Acesso ao site: www.techtute.com/br/jornalismo/advanced-master/advanced-master-alta-gestao-industria-audiovisual

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Competências

pág. 12

04

Direção do curso

pág. 16

05

Estrutura e conteúdo

pág. 22

06

Metodologia

pág. 36

07

Certificado

pág. 44

01

Apresentação

A Indústria Audiovisual experimentou um extraordinário crescimento nas últimas décadas. Novas ferramentas digitais e novos formatos chegaram para revolucionar o setor e, embora possa parecer que tudo já foi feito, a inovação continua sendo a base de uma área que surpreende o público a cada dia com novas produções. O valor agregado que esta indústria traz para a sociedade, exige profissionais com ampla experiência e qualificação na área de gestão deste tipo de empresa, que consigam se tornar referência de trabalho bem feito. Mas para chegar a este ponto, é necessária uma jornada acadêmica que permita que os profissionais de jornalismo desenvolvam as destrezas e habilidades para o sucesso nestes cargos de responsabilidade. E é isso que a TECH pretende fazer, oferecendo aos alunos cursos como este, nos quais encontrarão as informações mais relevantes e atualizadas sobre este mercado.



“

*Especialize-se na Alta Gestão da Indústria
Audiovisual e domine a direção deste tipo de
empresas até alcançar o reconhecimento desejado”*

A Indústria Audiovisual é uma das mais importantes indústrias culturais, pois, de uma forma ou de outra, é consumida por praticamente todos os cidadãos, contribuindo, assim, para a economia mundial. No setor do jornalismo, o audiovisual tem uma importância considerável, pois a combinação de imagem e som faz com que a mensagem chegue ao público de uma forma mais eficaz. A Alta Gestão nesta área é essencial para garantir o sucesso das empresas. Portanto, um maior grau de especialização dos jornalistas nesta área é igualmente relevante, e por isso a TECH criou este completo programa acadêmico.

Com esta abordagem, o conteúdo do programa abrange os principais conceitos da Indústria Audiovisual e Cultural, estudando o Jornalismo Cultural e sua forma de trabalho. A parte técnica também desempenha um papel importante neste curso que se concentra na realização dos projetos, fazendo com que o aluno passe por todas as fases, desde a ideia até a realização. Uma oportunidade única de conhecer a estrutura do sistema audiovisual e a produção deste tipo de conteúdo, ao mesmo tempo em que se estudam os novos gêneros e formatos que são usados na televisão. Mas, além disso, para adquirir as habilidades específicas de um Alto Gestor, o programa de estudos é complementado pelos conceitos mais atualizados em Gestão de Negócios, o que representa uma vantagem para os jornalistas que estão em posições de responsabilidade há algum tempo e que desejam atualizar o conhecimento ou que simplesmente desejam se inserir neste tipo de atividade pela primeira vez.

Uma das principais vantagens deste curso é que o programa de estudos é 100% online, sem a necessidade de deslocamentos ou horários específicos, sendo o próprio aluno quem irá gerenciar seus estudos, organizando os horários e o ritmo de aprendizagem, algo extremamente útil para poder combiná-lo com as demais obrigações diárias.

Este **Advanced Master em Alta Direção de Indústrias Criativas** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado. Suas principais características são:

- » O desenvolvimento de casos práticos apresentados por especialistas em Jornalismo
- » O conteúdo gráfico, esquemático e extremamente útil, fornece informações científicas e práticas sobre as disciplinas essenciais para o exercício da profissão
- » Contém exercícios práticos onde o processo de autoavaliação é realizado para melhorar o aprendizado
- » Destaque especial para as metodologias inovadoras na Gestão de Industrias Audiovisuais
- » Lições teóricas, perguntas aos especialistas, fóruns de discussão sobre temas controversos e trabalhos individuais de reflexão
- » Disponibilidade de acesso a todo o conteúdo desde qualquer dispositivo fixo ou portátil com conexão à Internet



A variedade de recursos práticos deste curso lhe ajudará a reforçar seus conhecimentos teóricos"

“

A TECH oferece a metodologia de ensino mais inovadora no cenário acadêmico atual"

O corpo docente deste programa conta com profissionais da área de jornalismo, que transferem a experiência adquirida ao longo de suas carreiras para esta capacitação, além de especialistas reconhecidos de sociedades de referência e universidades de prestígio.

O seu conteúdo multimídia desenvolvido com a mais recente tecnologia educacional, oferece ao profissional uma aprendizagem situada e contextual, ou seja, um ambiente simulado que proporcionará um estudo imersivo e programado para capacitar em situações reais.

A concepção deste programa se concentra na Aprendizagem Baseada em Problemas, onde o aluno deve tentar resolver as diferentes situações de prática profissional que surgem ao longo do programa. Para isso, o profissional contará com a ajuda de um inovador sistema de vídeo interativo, realizado por especialistas reconhecidos nesta área.

Um programa de estudos 100% online que permite estudar a qualquer hora e de qualquer lugar do mundo.

A Indústria Audiovisual agrega muito valor ao tecido empresarial, de modo que a gestão adequada das empresas do setor pode fazer a diferença entre o sucesso e o fracasso.



02

Objetivos

Este Advanced Master em Alta Gestão da Indústria Audiovisual da TECH foi desenvolvido com o principal objetivo de oferecer aos profissionais de jornalismo as ferramentas específicas a serem usadas em sua prática diária, alcançando uma capacitação superior que será fundamental para seu crescimento profissional. Sem dúvida, uma oportunidade de estudo única que marcará um antes e um depois em sua carreira, melhorando sua empregabilidade e suas opções de progressão na carreira.



“

Um Advanced Master absolutamente inovador que marcará um antes e um depois da sua capacitação”



Objetivos gerais

- » Desenvolver habilidades de liderança apropriadas para a gestão empresarial
- » Conhecer e saber como administrar as áreas econômico-financeiras da empresa
- » Ampliar o conhecimento e as informações do aluno através do aprofundamento na área de jornalismo, mais especificamente na área de Gestão da Indústria Audiovisual
- » Aprender a desempenhar funções nesta área em um ambiente especializado e profissional

“ *Um curso de capacitação que lhe permitirá fazer parte da Alta Gestão da Indústria Audiovisual* ”





Objetivos específicos

- » Definir as últimas tendências em Gestão Empresarial, levando em conta o ambiente globalizado que rege os critérios da Alta Gestão
- » Desenvolver as principais habilidades de liderança que devem definir aos profissionais que trabalham
- » Elaborar estratégias para tomar decisões em ambientes complexos e instáveis
- » Criar estratégias corporativas que definam os passos a serem seguidos pela empresa para se tornar mais competitiva e atingir seus próprios objetivos
- » Desenvolver as competências essenciais para dirigir estrategicamente a atividade empresarial
- » Ter as competências transversais e específicas necessárias para lidar satisfatoriamente com a realidade do Jornalismo Cultural em diferentes áreas
- » Adquirir a capacidade de Planejar Sequências Narrativas e Documentais de acordo com os meios disponíveis
- » Aprender a natureza e as interrelações entre os temas da Comunicação Audiovisual: Autores, Instituições, Empresas, Mídia, Suportes e Receptores
- » Conhecer as Origens Históricas da Produção Audiovisual e sua evolução na Sociedade Contemporânea
- » Identificar os conceitos teóricos que definem os Processos de Produção das Obras Audiovisuais
- » Proporcionar aos alunos os fundamentos teóricos e técnicos, assim como as habilidades instrumentais para lidar, de um ponto de vista narrativo e estético, com a produção de ficção audiovisual em diferentes mídias e tecnologias
- » Estudar as Transformações que ocorreram nas Indústrias Culturais na oferta e consumo nas Redes Digitais, nos Aspectos Econômicos, Políticos e Socioculturais
- » Conhecer os conceitos fundamentais que regem a Distribuição, a Comercialização e a Divulgação de um Produto Audiovisual na Sociedade Contemporânea
- » Saber interpretar, analisar e comentar sobre um formato de televisão a partir de uma perspectiva profissional, estética e cultural
- » Entender as Transformações provocadas pela Digitalização na Indústria Audiovisual
- » Entendendo o Processo Criativo e Industrial na Criação de um Roteiro de Ficção para Televisão



Uma experiência de capacitação única, fundamental e decisiva para impulsionar seu crescimento profissional"

03

Competências

A continuidade dos estudos durante a vida profissional é essencial para atualizar os conhecimentos e desenvolver as habilidades necessárias que permitam aos profissionais alcançar o sucesso em diferentes áreas profissionais. Em cargos gerenciais, a atualização dos conhecimentos é quase uma obrigação, pois o profissional tem mais responsabilidade. Este curso permitirá que os jornalistas adquiram as habilidades e competências específicas para dirigir com sucesso empresas audiovisuais, oferecendo a capacitação necessária para trabalhar de forma mais segura e eficaz.



“

*Alcance a melhoria profissional
que você deseja, ampliando
sua qualificação nesta área”*



Competências gerais

- » Controlar os diferentes departamentos da empresa para alcançar os objetivos comuns da empresa
- » Gerenciar adequadamente os recursos humanos da empresa
- » Desenvolver a gestão global de um projeto de comunicação audiovisual em cada uma de suas facetas com pleno controle dos diferentes agentes e processos envolvidos
- » Aplicar as estratégias mais apropriadas para promover o crescimento da Empresa Audiovisual

“

Desenvolva as habilidades necessárias para dirigir com sucesso Empresas Audiovisuais”





Competências específicas

- » Realizar uma Gestão Global da Empresa, aplicando Técnicas de Liderança que influenciem no desempenho dos trabalhadores, de tal forma que os Objetivos da Empresa sejam alcançados
- » Participar e liderar a Estratégia Corporativa e Competitiva da Empresa
- » Solucionar conflitos empresariais e problemas entre os trabalhadores
- » Realizar uma correta Gestão de Equipe para melhorar a produtividade e, portanto, os benefícios da empresa
- » Realizar o Controle Econômico e Financeiro da Empresa
- » Controlar os Processos Logísticos, as Compras e o Suprimento da Empresa
- » Aprofundar nos Novos Modelos de Negócios de Sistemas de Informação
- » Aplicar as Estratégias mais apropriadas para Comércio Eletrônico dos Produtos da Empresa
- » Elaborar e liderar Planos de Marketing
- » Apostar na Inovação em todos os processos e áreas da Empresa
- » Usando as Redes Sociais no Ambiente Jornalístico
- » Conhecer a Composição das Equipes de Produção Audiovisual
- » Organizar uma Realização apropriada aos Objetivos do Projeto Audiovisual
- » Planejar Ações Narrativas ajustadas aos Meios Disponíveis
- » Dominar as diferentes Fases do Projeto Audiovisual
- » Conhecer e aplicar as Estruturas Organizacionais da Comunicação Audiovisual
- » Sabendo como se adaptar às Formas de Consumo do momento
- » Conhecer o Código Relacional dos diferentes agentes da Comunicação Audiovisual
- » Descrever a Evolução Histórica da Produção Audiovisual
- » Criar Produtos Adaptados ao Financiamento Disponível
- » Planejar a Amortização de Produtos Audiovisuais
- » Produzir um Produto Audiovisual nos diferentes suportes

04

Direção do curso

O corpo docente selecionado para desenvolver este programa de estudos é composto por um grupo de profissionais altamente qualificados que entendem a necessidade de capacitar os alunos visando aumentar a competitividade no mercado de trabalho. Desta maneira, reúnem os seus vários anos de experiência em prol da capacitação acadêmica de futuros alunos interessados em aumentar a sua capacidade de liderança e administração.



“

A TECH lhe aproxima de profissionais atuantes que depositam neste MBA toda a experiência adquirida ao longo dos anos à frente de empresas de prestígio"

Diretora Internacional Convidada

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

Nesse sentido, suas competências estratégicas e a capacidade de integrar tecnologias emergentes nas narrativas dos conteúdos multimídia de forma vanguardista permitiram que ela fizesse parte de instituições de renome global, como Google, NBCUniversal e Frederator Networks em Nova York. Assim, seu trabalho se concentrou na criação de campanhas de comunicação para diversas empresas, gerando conteúdos audiovisuais altamente criativos que se conectam emocionalmente com as audiências. Graças a isso, várias empresas conseguiram fidelizar consumidores por um longo período de tempo, enquanto as companhias também fortaleceram sua presença no mercado e garantiram sua sustentabilidade a longo prazo.

Vale destacar que sua vasta experiência profissional abrange desde a produção de programas de TV e a criação de técnicas de marketing sofisticadas até a gestão de conteúdos visuais nas principais redes sociais. Ao mesmo tempo, é considerada uma verdadeira estrategista, identificando oportunidades culturalmente relevantes para os clientes. Dessa forma, ela desenvolveu táticas alinhadas tanto com as expectativas quanto com as necessidades do público, o que possibilitou às entidades implementarem soluções rentáveis.

Firmemente comprometida com o avanço da indústria Audiovisual e com a excelência em sua prática diária, ela conciliou essas funções com seu papel como Pesquisadora. Assim, elaborou vários artigos científicos especializados em áreas emergentes, entre elas, as dinâmicas comportamentais dos usuários na internet, o impacto dos eSports no campo do entretenimento e até as últimas tendências para potencializar a criatividade.



Sra. Cissé Amirah

- Diretora de Estratégia Global de Clientes da NBCUniversal em Nova York, Estados Unidos
- Especialista em Estratégia da Horizon Media, Nova York
- Gerente de Engajamento no Google, Califórnia
- Estrategista Cultural da Spaks & Honey, Nova York
- Gerente de Contas na Reelio, Nova York
- Coordenadora de Contas no Jun Group em Nova York
- Especialista em Estratégia de Conteúdos na Frederator Networks, Nova York
- Pesquisadora na Sociedade Genealógica e Biográfica de Nova York
- Estágio acadêmico em Sociologia e Antropologia na Universidade Kanda Gaigo
- Graduação em Belas Artes com especialização em Sociologia pelo Williams College
- Certificação em: Formação de Liderança e Coaching Executivo, Pesquisa de Marketing



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

Direção



Sr. Carlos Atxoña Ledesma Carrillo

- ♦ Chefe da Área Internacional/Jurídica de Transporte Interurbanos de Tenerife SAU
- ♦ Legal manager em Avalon Biz Consulting
- ♦ Formador Rgpd na ESFOCC (Escuela Superior de Formación y Cualificación de Canarias)
- ♦ Assessor Jurídico em Transportes Interurbanos de Tenerife SAU
- ♦ Formado em direito pela Universidade de La Laguna
- ♦ Especialista em gestão do trabalho pela Escuela Europea de Dirección y Empresa Madri
- ♦ Formado em Gestão do Conhecimento da Empresa pela Universidad Rey Juan Carlos I
- ♦ MBA Mestrado em Administração e Direção de Empresas pela Universidade Europeia de Canárias

Professores

Sr. Alexis González

- » Diretor Financeiro do banco Cajasiete em Tenerife, Ilhas Canárias
- » Cofundador do *Club de Inversión de Bolsa de Valores* da Escola de Negócios
- » Formado em Direção e Administração de Empresas pela Universidade de Las Palmas de Gran Canaria
- » Formado em Ciências Empresariais pela Universidade de Las Palmas de Gran Canaria
- » Mestrado em Fiscalidade e Consultoria Tributária pelo Centro de Estudios Financieros em colaboração com a Asociación Española de Asesores Fiscales
- » Executive Máster em Administração Financeira e Finanças Avançadas pelo Instituto Superior en Técnicas y Prácticas Bancárias
- » Especialistas em Planeamento Financeiro e Controlo de Gestão em Bancos pela Analistas Financieros Internacionales (AFI)
- » Especialistas em Desenvolvimento Executivo em Gestão de Carteiras pela Analistas Financieros Internacionales (AFI)



04

Estrutura e conteúdo

O plano de estudos deste curso foi elaborado tendo em vista as necessidades acadêmicas dos profissionais de jornalismo na área de Gestão de Empresas Audiovisuais. Um conteúdo muito completo que aborda as questões fundamentais do *Business Administration* e também os aspectos mais relevantes da Indústria Audiovisual. Sem dúvida, um Advanced Master de muito valor para aqueles que desejam se especializar nesta área e dar um salto qualitativo em sua carreira.





“

*O melhor curso do mercado sobre a Alta
Gestão de Empresas Audiovisuais”*

Módulo 1. Liderança, ética e RSE

- 1.1. Globalização e governança
 - 1.1.1. Globalização e Tendências: Internacionalização de Mercados
 - 1.1.2. Contexto econômico e Governança Corporativa
 - 1.1.3. *Accountability* ou Prestação de Contas
- 1.2. Liderança
 - 1.2.1. Ambiente intercultural
 - 1.2.2. Liderança e Gestão de Empresas
 - 1.2.3. Funções e responsabilidades diretivas
- 1.3. Ética empresarial
 - 1.3.1. Ética e Integridade
 - 1.3.2. Conduta ética nas empresas
 - 1.3.3. Deontologia, códigos éticos e de conduta
 - 1.3.4. Prevenção de fraude e corrupção
- 1.4. Sustentabilidade
 - 1.4.1. Empresa e Desenvolvimento Sustentável
 - 1.4.2. Impacto social, ambiental e econômico
 - 1.4.3. Agenda 2030 e ODS
- 1.5. Responsabilidade social da empresa
 - 1.5.1. Responsabilidade Social das empresas
 - 1.5.2. Funções e responsabilidades
 - 1.5.3. Implementação da Responsabilidade Social Corporativa

Módulo 2. Gestão Estratégica e Gestão Executiva

- 2.1. Análise e Desenho Organizacional
 - 2.1.1. Cultura Organizacional
 - 2.1.2. Análise Organizacional
 - 2.1.3. Desenho da Estrutura Organizacional
- 2.2. Estratégia Corporativa
 - 2.2.1. Estratégia Corporativa
 - 2.2.2. Tipos de Estratégias Corporativas
 - 2.2.3. Determinação da Estratégia Corporativa
 - 2.2.4. Estratégia Corporativa e Imagem Reputacional
- 2.3. Planejamento e Formulação Estratégica
 - 2.3.1. Pensamento estratégico
 - 2.3.2. Formulação e Planejamento Estratégico
 - 2.3.3. Sustentabilidade e Estratégia Corporativa
- 2.4. Modelos e Padrões Estratégicos
 - 2.4.1. Riqueza, Valor e Retorno dos Investimentos
 - 2.4.2. Estratégia Corporativa: Metodologias
 - 2.4.3. Crescimento e Consolidação da Estratégia Corporativa
- 2.5. Gestão estratégica
 - 2.5.1. Missão, Visão e Valores Estratégicos
 - 2.5.2. *Balanced Scorecard*/Indicadores Balanceados de Desempenho
 - 2.5.3. Análise, Monitoramento e Avaliação da Estratégia Corporativa
 - 2.5.4. Gestão Estratégica e *Reporting*
- 2.6. Implementação e Execução Estratégica
 - 2.6.1. Implantação Estratégica: objetivos, ações e impactos
 - 2.6.2. Supervisão e Alinhamento Estratégico
 - 2.6.3. Abordagem de Melhoria Contínua
- 2.7. Gestão Executiva
 - 2.7.1. Integração de Estratégias Funcionais em Estratégias Comerciais Globais
 - 2.7.2. Política de Gestão e Processos
 - 2.7.3. *Gestão do Conhecimento*



- 2.8. Análise e Resolução de Casos/Problemas
 - 2.8.1. Metodologia de Resolução de Problemas
 - 2.8.2. Método do Caso
 - 2.8.3. Posicionamento e Tomada de Decisões

Módulo 3. Gestão de pessoas e Gestão de talentos

- 3.1. Comportamento organizacional
 - 3.1.1. Teoria das organizações
 - 3.1.2. Fatores essenciais para a Mudança Organizacional
 - 3.1.3. Estratégias Corporativas, Tipos e Gestão do Conhecimento
- 3.2. Gestão estratégica de pessoas
 - 3.2.1. Gestão de Pessoas e Alinhamento Estratégico
 - 3.2.2. Plano Estratégico de Recursos Humanos: desenho e implementação
 - 3.2.3. Análise de Cargos, Desenho e Seleção de Pessoas
 - 3.2.4. Formação e Desenvolvimento Profissional
- 3.3. Gestão e Desenvolvimento de Liderança
 - 3.3.1. Habilidades gerenciais: Competências e Habilidades do século XXI
 - 3.3.2. Habilidades não gerenciais
 - 3.3.3. Mapa de competências e habilidades
 - 3.3.4. Liderança e gestão de pessoas
- 3.4. Gestão de mudanças
 - 3.4.1. Análise Organizacional
 - 3.4.2. Planejamento estratégico
 - 3.4.3. Gestão de mudanças: principais fatores, planejamento e gestão de processos
 - 3.4.4. Abordagem de Melhoria Contínua
- 3.5. Negociação e gestão de conflitos
 - 3.5.1. Objetivos da negociação: elementos diferenciadores
 - 3.5.2. Técnicas de negociação efetiva
 - 3.5.3. Conflitos: tipos e fatores
 - 3.5.4. Gestão Eficiente de Conflitos: Negociação e Comunicação
- 3.6. Comunicação diretiva
 - 3.6.1. Estratégia corporativa e comunicação gerencial
 - 3.6.2. Comunicação interna: influência e impacto
 - 3.6.3. Comunicação interpessoal: gestão de equipe e habilidades

- 3.7. Gestão de equipes e desempenho de pessoas
 - 3.7.1. Ambiente multicultural e multidisciplinar
 - 3.7.2. Gestão de equipes e pessoas
 - 3.7.3. *Coaching* e Desempenho de Pessoas
 - 3.7.4. Reuniões gerenciais: Planejamento e Gestão de Tempo
- 3.8. Gestão do conhecimento e do talento
 - 3.8.1. Identificação do conhecimento e talento nas organizações
 - 3.8.2. Modelos Corporativos de Gestão do Conhecimento e do Talento
 - 3.8.3. Criatividade e inovação

Módulo 4. Gestão econômico-financeira

- 4.1. Ambiente Econômico
 - 4.1.1. Teoria das organizações
 - 4.1.2. Fatores essenciais para a Mudança Organizacional
 - 4.1.3. Estratégias Corporativas, Tipos e Gestão do Conhecimento
- 4.2. Contabilidade Gerencial
 - 4.2.1. Normas internacionais de Contabilidade
 - 4.2.2. Introdução ao Ciclo Contábil
 - 4.2.3. Demonstrações Contábeis das Empresas
 - 4.2.4. Análise das Demonstrações Contábeis: Tomada de decisões
- 4.3. Orçamento e Controle de Gestão
 - 4.3.1. Planejamento Orçamentário
 - 4.3.2. Controle de gestão: planejamento e objetivos
 - 4.3.3. Supervisão e *Reporting*
- 4.4. Responsabilidade fiscal das empresas
 - 4.4.1. Responsabilidade fiscal corporativa
 - 4.4.2. Procedimento tributário: abordagem caso-país
- 4.5. Sistemas de controle das empresas
 - 4.5.1. Tipos de Controle
 - 4.5.2. Conformidade/*Compliance*
 - 4.5.3. Auditoria Interna
 - 4.5.4. Auditoria Externa

- 4.6. Gestão financeira
 - 4.6.1. Introdução à Gestão Financeira
 - 4.6.2. Gestão Financeira e Estratégia Corporativa
 - 4.6.3. Diretor Financeiro ou *Chief Financial Officer* (CFO): Competências diretas
- 4.7. Planejamento Financeiro
 - 4.7.1. Modelos de negócio e necessidades de financiamento
 - 4.7.2. Ferramentas de análise financeira
 - 4.7.3. Planejamento Financeiro a curto prazo
 - 4.7.4. Planejamento Financeiro a longo prazo
- 4.8. Estratégia Financeira Corporativa
 - 4.8.1. Investimentos Financeiros Corporativos
 - 4.8.2. Crescimento estratégico: tipos
- 4.9. Contexto Macroeconômico
 - 4.9.1. Análise Macroeconômica
 - 4.9.2. Indicadores conjunturais
 - 4.9.3. Ciclo econômico
- 4.10. Financiamento Estratégico
 - 4.10.1. Negócios Bancários: Contexto atual
 - 4.10.2. Análise e gestão de risco
- 4.11. Mercados financeiros e de capitais
 - 4.11.1. Mercado de Renda Fixa
 - 4.11.2. Mercado de Renda Variável
 - 4.11.3. Avaliação de empresas
- 4.12. Análise e Resolução de Casos/Problemas
 - 4.12.1. Metodologia de Resolução de Problemas
 - 4.12.2. Método do Caso

Módulo 5. Gestão de operações e logística

- 5.1. Gestão das operações
 - 5.1.1. Definir as estratégias operacionais
 - 5.1.2. Planejamento e controle da cadeia de suprimentos
 - 5.1.3. Sistemas de indicadores

- 5.2. Gestão de compras
 - 5.2.1. Gestão de Stocks
 - 5.2.2. Gestão de Armazém
 - 5.2.3. Gestão de Compras e Suprimentos
- 5.3. *Supply chain management (I)*
 - 5.3.1. Custos e Eficiência da Cadeia de Operações
 - 5.3.2. Mudança nos Padrões da Demanda
 - 5.3.3. Mudança na Estratégia das Operações
- 5.4. *Supply chain management (II). Execução*
 - 5.4.1. *Manufatura Enxuta/Pensamento Enxuto*
 - 5.4.2. Gestão Logística
 - 5.4.3. Compras
- 5.5. Processos Logísticos
 - 5.5.1. Organização e gestão por processos
 - 5.5.2. Suprimentos, produção, distribuição
 - 5.5.3. Qualidade, custos de qualidade e ferramentas
 - 5.5.4. Serviço de pós-venda
- 5.6. Logística e clientes
 - 5.6.1. Análise da Demanda e Previsão
 - 5.6.2. Previsão e planejamento de vendas
 - 5.6.3. *Collaborative Planning Forecasting & Replacement*
- 5.7. Logística internacional
 - 5.7.1. Alfândega, Processos de Exportação e Importação
 - 5.7.2. Formas e meios de pagamento internacional
 - 5.7.3. Plataformas logísticas internacionais
- 5.8. Operações como forma competitiva
 - 5.8.1. A inovação nas operações como uma vantagem competitiva na empresa
 - 5.8.2. Tecnologias e ciências emergentes
 - 5.8.3. Sistemas de informação nas operações

Módulo 6. Gestão de Sistemas de Informação

- 6.1. Gestão de Sistemas de Informação
 - 6.1.1. Sistemas de informação empresarial
 - 6.1.2. Decisões estratégicas
 - 6.1.3. Função do CIO
- 6.2. Tecnologia da Informação e Estratégia Empresarial
 - 6.2.1. Análise da empresa e setores industriais
 - 6.2.2. Modelos de negócio baseados na Internet
 - 6.2.3. A importância da TI na empresa
- 6.3. Planejamento estratégico do SI
 - 6.3.1. O processo do planejamento estratégico
 - 6.3.2. Planejamento da estratégia SI
 - 6.3.3. Plano de implementação da estratégia
- 6.4. Sistemas de informação e *Business Intelligence*
 - 6.4.1. CRM e *Business Intelligence*
 - 6.4.2. Gestão de projetos de *Business Intelligence*
 - 6.4.3. Arquitetura de *Business Intelligence*
- 6.5. Novos modelos de negócio baseados nas TIC
 - 6.5.1. Modelos de negócios baseados em tecnologia
 - 6.5.2. Capacidades para inovar
 - 6.5.3. Redesenho dos processos da cadeia de valor
- 6.6. Comércio eletrônico
 - 6.6.1. Plano Estratégico de Comércio Eletrônico
 - 6.6.2. Gestão logística e atenção ao cliente no comércio eletrônico
 - 6.6.3. *E-Commerce* como oportunidade de internacionalização
- 6.7. Estratégias de *e-Business*
 - 6.7.1. Estratégias em *Mídia Social*
 - 6.7.2. Otimização de canais de serviço e suporte ao cliente
 - 6.7.3. Regulação digital
- 6.8. *Digital Business*
 - 6.8.1. *Mobile e-Commerce*
 - 6.8.2. Design e Usabilidade
 - 6.8.3. Operações do Comércio Eletrônico

Módulo 7. Gestão Comercial, Marketing e Comunicação Corporativa

- 7.1. Gestão Comercial
 - 7.1.1. Gestão de vendas
 - 7.1.2. Estratégia comercial
 - 7.1.3. Técnicas de venda e negociação
 - 7.1.4. Gestão de equipes de vendas
- 7.2. Marketing
 - 7.2.1. O marketing e seu impacto na empresa
 - 7.2.2. Variáveis básicas do Marketing
 - 7.2.3. Plano de Marketing
- 7.3. Gestão estratégica de Marketing
 - 7.3.1. Fontes de Inovação
 - 7.3.2. Tendências atuais de Marketing
 - 7.3.3. Ferramentas de Marketing
 - 7.3.4. Estratégias de Marketing e comunicação com os clientes
- 7.4. Estratégia de Marketing Digital
 - 7.4.1. Abordagem de Marketing Digital
 - 7.4.2. Ferramentas de Marketing Digital
 - 7.4.3. Inbound Marketing e evolução do Marketing Digital
- 7.5. Estratégia de vendas e de comunicação
 - 7.5.1. Posicionamento e promoção
 - 7.5.2. Relações Públicas
 - 7.5.3. Estratégia de vendas e de comunicação
- 7.6. Comunicação Corporativa
 - 7.6.1. Comunicação interna e externa
 - 7.6.2. Departamento de Comunicação
 - 7.6.3. Diretores de Comunicação (DIRCOM): Competências e Responsabilidades de Gestão
- 7.7. Estratégia de Comunicação Corporativa
 - 7.7.1. Estratégia Corporativa de Comunicação
 - 7.7.2. Plano de Comunicação
 - 7.7.3. Redação de Comunicados à Imprensa/Clipping/Publicidade

Módulo 8. Inovação e gestão de projetos

- 8.1. Inovação
 - 8.1.1. Marco Conceitual de Inovação
 - 8.1.2. Tipos de inovação
 - 8.1.3. Inovação contínua e descontínua
 - 8.1.4. Formação e Inovação
- 8.2. Estratégia de Inovação
 - 8.2.1. Inovação e Estratégia Corporativa
 - 8.2.2. Projeto global de inovação: design e gestão
 - 8.2.3. Oficinas de inovação
- 8.3. Projeto e validação do modelo de negócio
 - 8.3.1. Metodologia *Lean Startup*
 - 8.3.2. Iniciativa de negócio inovador: etapas
 - 8.3.3. Modalidades de financiamento
 - 8.3.4. Ferramentas do Modelo: Mapa de Empatia, Modelo *Canvase* Métricas
 - 8.3.5. Crescimento e fidelização
- 8.4. Direção e gestão de projetos
 - 8.4.1. Oportunidades de Inovação
 - 8.4.2. Estudo de viabilidade e concretização das propostas
 - 8.4.3. Definição e desenho dos projetos
 - 8.4.4. Execução dos Projetos
 - 8.4.5. Fechamento de Projetos

Módulo 9. Jornalismo Cultural

- 9.1. Conceito e delimitações do Jornalismo Cultural
 - 9.1.1. Introdução: o conceito de cultura
 - 9.1.2. A informação Cultural da arte
 - 9.1.3. As informações culturais das artes cênicas
 - 9.1.4. A informação cultural do cinema
 - 9.1.5. A informação cultural da música
 - 9.1.6. A informação cultural dos livros



- 9.2. As Origens do Jornalismo Cultural
 - 9.2.1. Introdução
 - 9.2.2. As Origens da informação cultural na imprensa
 - 9.2.3. As Origens da informação cultural no rádio
 - 9.2.4. As Origens da informação cultural na Televisão
- 9.3. A Prática do Jornalismo Cultural
 - 9.3.1. Introdução
 - 9.3.2. Considerações gerais
 - 9.3.3. Fatores de Interesse e Critérios de Avaliação para a Elaboração de Informações Culturais
- 9.4. As fontes do Jornalismo Cultural
 - 9.4.1. Introdução
 - 9.4.2. Fontes gerais de informação cultural
 - 9.4.3. Fontes específicas de informação audiovisual sobre cultura
- 9.5. Os gêneros em informação cultural
 - 9.5.1. Introdução
 - 9.5.2. Notícia
 - 9.5.3. Entrevista
 - 9.5.4. Crônica
 - 9.5.5. Reportagem
- 9.6. A Diversificação Atual de Informações Culturais na Imprensa, Rádio e Televisão
 - 9.6.1. Introdução
 - 9.6.2. A informação cultural na imprensa
 - 9.6.3. A informação cultural no rádio
 - 9.6.4. A Informação cultural na televisão
- 9.7. Cultura e Internet
 - 9.7.1. Introdução
 - 9.7.2. A cultura e a Internet
 - 9.7.3. Benefícios da cultura
- 9.8. Marketing Cultural
 - 9.8.1. Introdução
 - 9.8.2. Marketing Cultural
 - 9.8.3. Como é feito o marketing cultural?

- 9.9. Análise da cultura
 - 9.9.1. Introdução
 - 9.9.2. Abordagem teórica e metodológica da cultura
 - 9.9.3. Cultura, comunicação e significado
 - 9.9.4. Cultura e imaginários
- 9.10. Cibercultura e jornalismo digital de conteúdos culturais
 - 9.10.1. Introdução
 - 9.10.2. Definição de cibercultura
 - 9.10.3. O jornalismo digital de conteúdos culturais
 - 9.10.4. Principais aspectos do jornalismo digital de conteúdos culturais

Módulo 10. Teoria e Técnica de Realização

- 10.1. A realização como Construção da Obra Audiovisual A equipe de trabalho
 - 10.1.1. Do roteiro literário ao roteiro técnico ou escaleta
 - 10.1.2. A equipe de trabalho
- 10.2. Os elementos da exibição na tela Os materiais da construção
 - 10.2.1. A pré-adaptação do espaço Direção Artística
 - 10.2.2. Os elementos da exibição na tela
- 10.3. Pré-produção Os documentos da realização
 - 10.3.1. O roteiro técnico
 - 10.3.2. O plano de cena
 - 10.3.3. O *Storyboard*
 - 10.3.4. Planejar
 - 10.3.5. O plano de filmagem
- 10.4. O valor expressivo do som
 - 10.4.1. Tipos de elementos sonoros
 - 10.4.2. Construção do espaço sonoro
- 10.5. O valor expressivo da luz
 - 10.5.1. O valor expressivo da luz
 - 10.5.2. Técnicas básicas de Iluminação
- 10.6. Técnicas básicas de filmagem com uma única câmera
 - 10.6.1. Usos e técnicas de filmagem com uma única câmera
 - 10.6.2. O Subgênero de *Found Footage* Cinema de ficção e documentário
 - 10.6.3. A realização com uma única câmera na televisão

- 10.7. A montagem
 - 10.7.1. A montagem como conjunto. A reconstrução do tempo-espaço
 - 10.7.2. Técnicas de montagem não lineares
- 10.8. Pós-produção e correção de cores
 - 10.8.1. Pós-produção
 - 10.8.2. Conceito de montagem vertical
 - 10.8.3. Correção de cores
- 10.9. Os formatos e a equipe de realização
 - 10.9.1. Formatos com multicâmera
 - 10.9.2. O estúdio e a equipe
- 10.10. Aspectos, técnicas e rotinas na realização multicâmera
 - 10.10.1. Técnica multicâmera
 - 10.10.2. Alguns formatos habituais

Módulo 11. Estrutura do Sistema Audiovisual

- 11.1. Uma introdução às Indústrias Culturais (IC)
 - 11.1.1. Conceito de cultura Cultura-Comunicação
 - 11.1.2. Teoria e evolução das I.C.: tipologia e modelos
- 11.2. Indústria Cinematográfica I
 - 11.2.1. Características e principais agentes
 - 11.2.2. Estrutura do Sistema Cinematográfico
- 11.3. Indústria Cinematográfica II
 - 11.3.1. Indústria Cinematográfica Norte Americana
 - 11.3.2. Produtoras independentes
 - 11.3.3. Problemas e debates na Indústria Cinematográfica
- 11.4. Indústria Cinematográfica III
 - 11.4.1. A regulamentação cinematográfica: Estado e Cultura Políticas para a Proteção e Promoção da Cinematografia
 - 11.4.2. Estudos de caso
- 11.5. Indústria Televisiva I
 - 11.5.1. A televisão econômica
 - 11.5.2. Modelos fundadores
 - 11.5.3. Transformações

- 11.6. Indústria Televisiva II
 - 11.6.1. A indústria de televisão dos EUA
 - 11.6.2. Principais características
 - 11.6.3. A regulamentação do Estado
- 11.7. Indústria Televisiva III
 - 11.7.1. Televisão de Serviço Público na Europa
 - 11.7.2. Crises e debates
- 11.8. Os eixos da mudança
 - 11.8.1. Novos processos no setor audiovisual
 - 11.8.2. Discussões sobre regulamentação
- 11.9. Televisão Digital Terrestre (TDT)
 - 11.9.1. O papel do Estado e experiências
 - 11.9.2. As Novas Características do Sistema de Televisão
- 11.10. Novos Operadores na Paisagem Audiovisual
 - 11.10.1. Plataformas de serviço Over-The-Top (OTT)
 - 11.10.2. Consequências de sua aparição

Módulo 12. Produção Audiovisual

- 12.1. A produção audiovisual
 - 12.1.1. Conceitos de introdução
 - 12.1.2. A Indústria Audiovisual
- 12.2. A Equipe de Produção
 - 12.2.1. Os Profissionais
 - 12.2.2. O Produtor e o Roteiro
- 12.3. O Projeto Audiovisual
 - 12.3.1. A Gestão de Projetos
 - 12.3.2. Avaliação do Projeto
 - 12.3.3. Apresentação de Projetos
- 12.4. Modalidades de Produção e Financiamento
 - 12.4.1. Financiamento da Produção Audiovisual
 - 12.4.2. Modos de Produção Audiovisual
 - 12.4.3. Recursos para Pré-financiamento

- 12.5. A Equipe de Produção e a Decupagem do Roteiro
 - 12.5.1. A Equipe de Produção
 - 12.5.2. A Descrição do Roteiro
- 12.6. Os Espaços de Filmagem
 - 12.6.1. As Locações
 - 12.6.2. A Cenografia
- 12.7. Casting e Contratos de Filmagem
 - 12.7.1. Casting
 - 12.7.2. O Teste de Casting
 - 12.7.3. Contratos, direitos e seguros
- 12.8. O Plano de Trabalho e o Orçamento da Obra Audiovisual
 - 12.8.1. O plano de trabalho
 - 12.8.2. O orçamento
- 12.9. A produção na filmagem ou gravação
 - 12.9.1. Preparação para a filmagem
 - 12.9.2. O equipamento e os meios de filmagem
- 12.10. Pós-produção e o Balanço Final da Obra Audiovisual
 - 12.10.1. A montagem e a pós-produção
 - 12.10.2. Balanço final e exploração

Módulo 13. Realização de ficção e direção de atores

- 13.1. A realização de ficção
 - 13.1.1. Introdução
 - 13.1.2. O processo e suas ferramentas
- 13.2. As lentes e a câmera
 - 13.2.1. As lentes e o enquadramento
 - 13.2.2. Movimento da câmera
 - 13.2.3. Continuidade
- 13.3. Luz e Cor: aspectos Teóricos
 - 13.3.1. Exposição
 - 13.3.2. Teoria da cor
- 13.4. A iluminação no cinema
 - 13.4.1. Ferramentas
 - 13.4.2. A iluminação como Narrativa

- 13.5. As cores e as lentes
 - 13.5.1. O controle da cor
 - 13.5.2. As lentes
 - 13.5.3. O Controles da imagem
- 13.6. O trabalho no set
 - 13.6.1. A Lista de planos
 - 13.6.2. A equipe e suas funções
- 13.7. Questões Técnicas para a Direção de Cinema
 - 13.7.1. Os Recursos da Técnica
- 13.8. A visão dos diretores
 - 13.8.1. Os Diretores têm a palavra
- 13.9. Transformações digitais
 - 13.9.1. Transformações Analógico-Digitais na Fotografia Cinematográfica
 - 13.9.2. O reinado da pós-produção digital
- 13.10. Direção de Atores
 - 13.10.1. Introdução
 - 13.10.2. Principais Métodos e Técnicas
 - 13.10.3. O trabalho com os atores

Módulo 14. Indústrias Culturais e Novos Modelos de Negócios em Comunicação

- 14.1. Os Conceitos de Cultura, Economia, Comunicação, Tecnologia, IC
 - 14.1.1. Cultura, Economia, Comunicação
 - 14.1.2. As Indústrias Culturais
- 14.2. Tecnologia, Comunicação e Cultura
 - 14.2.1. A cultura artesanal comercializada
 - 14.2.2. Do espetáculo ao vivo às artes plásticas
 - 14.2.3. Museus e Patrimônio
- 14.3. Os Principais Setores das Indústrias Culturais
 - 14.3.1. Produtos Editoriais
 - 14.3.2. As Indústrias Culturais de fluxo
 - 14.3.3. Modelos Híbridos
- 14.4. A era digital nas Indústrias Culturais
 - 14.4.1. As Indústrias Culturais Digitais
 - 14.4.2. Novos modelos na era digital
- 14.5. Mídia Digital e Meios de Comunicação na Era Digital
 - 14.5.1. O negócio da imprensa online
 - 14.5.2. O rádio no cenário digital
 - 14.5.3. Particularidades dos Meios de Comunicação na Era Digital
- 14.6. Globalização e Diversidade Cultural
 - 14.6.1. Concentração, Internacionalização e Globalização das Indústrias Culturais
 - 14.6.2. A Luta pela Diversidade Cultural
- 14.7. Políticas culturais e de cooperação
 - 14.7.1. Políticas culturais
 - 14.7.2. O papel dos Estados e das regiões dos países
- 14.8. Diversidade musical na nuvem
 - 14.8.1. O Setor Musical atual
 - 14.8.2. A nuvem
 - 14.8.3. Iniciativas latino-ibero-americanas
- 14.9. Diversidade na Indústria Audiovisual
 - 14.9.1. Do Pluralismo à Diversidade
 - 14.9.2. Diversidade, Cultura e Comunicação
 - 14.9.3. Conclusões e Propostas
- 14.10. Diversidade Audiovisual na Internet
 - 14.10.1. O Sistema Audiovisual na Era da Internet
 - 14.10.2. Oferta televisiva e diversidade
 - 14.10.3. Conclusões

Módulo 15. Gestão e Promoção de Produtos Audiovisuais

- 15.1. Distribuição Audiovisual
 - 15.1.1. Introdução
 - 15.1.2. Os Agentes da Distribuição
 - 15.1.3. Os Produtos da Comercialização
 - 15.1.4. As áreas de Distribuição Audiovisual
 - 15.1.5. Distribuição Nacional
 - 15.1.6. Distribuição internacional
- 15.2. A Empresa de Distribuição
 - 15.2.1. A Estrutura Organizacional
 - 15.2.2. A Negociação do Contrato de Distribuição
 - 15.2.3. Os Clientes internacionais
- 15.3. Janelas de exploração, contratos e vendas internacionais
 - 15.3.1. Janelas de exploração
 - 15.3.2. Contratos de Distribuição Internacional
 - 15.3.3. Vendas internacionais
- 15.4. Marketing Cinematográfico
 - 15.4.1. Marketing no Cinema
 - 15.4.2. A cadeia de valor da produção cinematográfica
 - 15.4.3. A Mídia Publicitária a Serviço da Promoção
 - 15.4.4. Ferramentas para o lançamento
- 15.5. Pesquisa de mercado no cinema
 - 15.5.1. Introdução
 - 15.5.2. Fase de Pré-produção
 - 15.5.3. Fase de Pós-produção
 - 15.5.4. Fase de Comercialização
- 15.6. Redes sociais e promoção cinematográfica
 - 15.6.1. Introdução
 - 15.6.2. Promessas e limites das redes sociais
 - 15.6.3. Os objetivos e sua medição
 - 15.6.4. Calendário de Promoção e Estratégias
 - 15.6.5. Interpretar o que dizem as redes

- 15.7. Distribuição Audiovisual na Internet I
 - 15.7.1. O novo mundo de Distribuição Audiovisual
 - 15.7.2. O Processo de Distribuição na Internet
 - 15.7.3. Produtos e Possibilidades no Novo Cenário
 - 15.7.4. Novos Modelos de Distribuição
- 15.8. Distribuição Audiovisual na Internet II
 - 15.8.1. Aspectos do Novo Cenário
 - 15.8.2. Os perigos de Distribuição na Internet
 - 15.8.3. O Vídeo On Demand (VOD) como uma Nova Janela de Distribuição
- 15.9. Novos Espaços para a Distribuição
 - 15.9.1. Introdução
 - 15.9.2. A revolução Netflix
- 15.10. Os festivais de cinema
 - 15.10.1. Introdução
 - 15.10.2. O papel do festivais de cinema na distribuição e exibição

Módulo 16. Gêneros, Formatos e Programação em Televisão

- 16.1. O Gênero na Televisão
 - 16.1.1. Introdução
 - 16.1.2. Os Gêneros da Televisão
- 16.2. O Formato na Televisão
 - 16.2.1. Abordagem do Conceito de Formato
 - 16.2.2. Os Formatos da Televisão
- 16.3. Criar Televisão
 - 16.3.1. O Processo Criativo no Entretenimento
 - 16.3.2. O Processo Criativo na Ficção
- 16.4. Evolução dos Formatos no Mercado Internacional Atual I
 - 16.4.1. A consolidação do formato
 - 16.4.2. O formato da Terrealidade (reality show)
 - 16.4.3. Novidades em *Reality TV*
 - 16.4.4. A Televisão Digital Terrestre e a crise financeira

16.5. Evolução dos Formatos no Mercado Internacional Atual II

- 16.5.1. Mercados Emergentes
- 16.5.2. Marcas Globais
- 16.5.3. A televisão se reinventa
- 16.5.4. A Era da Globalização

16.6. Vender o formato O *Pitching*

- 16.6.1. Venda de um formato televisivo
- 16.6.2. O *Pitching*

16.7. Introdução à Programação Televisiva

- 16.7.1. A função da programação
- 16.7.2. Fatores que influenciam a programação

16.8. Os modelos de programação de televisão

- 16.8.1. Estados Unidos e Reino Unido
- 16.8.2. Espanha

16.9. O exercício profissional da programação televisiva

- 16.9.1. O Departamento de Programação
- 16.9.2. Programar para Televisão

16.10. O estudo de audiência

- 16.10.1. Pesquisa de audiência na televisão
- 16.10.2. Conceitos e classificações de audiência

Módulo 17. O Público Audiovisual

17.1. A audiência nos meios audiovisuais

- 17.1.1. Introdução
- 17.1.2. A construção da audiência

17.2. O estudo de audiência: as tradições I

- 17.2.1. Teoria dos efeitos
- 17.2.2. Teoria de usos e recompensas
- 17.2.3. Os estudos culturais

17.3. O estudo de audiência: as tradições II

- 17.3.1. Estudos sobre a recepção
- 17.3.2. A audiência para os estudos humanistas

17.4. A audiência a partir de uma perspectiva econômica

- 17.4.1. Introdução
- 17.4.2. Medição da audiência

17.5. Teorias da recepção

- 17.5.1. Introdução às teorias da recepção
- 17.5.2. Uma abordagem histórica dos estudos de recepção

17.6. A audiência no mundo digital

- 17.6.1. Ambiente digital
- 17.6.2. Comunicação e Cultura da Convergência
- 17.6.3. A natureza ativa da Audiência
- 17.6.4. Interatividade e participação
- 17.6.5. A transnacionalidade da audiência
- 17.6.6. A autonomia da audiência

17.7. Audiência: as principais perguntas I

- 17.7.1. Introdução
- 17.7.2. Quem é a audiência?
- 17.7.3. Por que consome?

17.8. Audiência: as principais perguntas II

- 17.8.1. O que a audiência consome?
- 17.8.2. Como consome?
- 17.8.3. Com que finalidade?

17.9. O Modelo do *engagement* I

- 17.9.1. O *engagement* como metadimensão do comportamento da audiência
- 17.9.2. A complexa avaliação do *engagement*

17.10. O Modelo do *engagement* II

- 17.10.1. Introdução. As dimensões do *engagement*
- 17.10.2. O *engagement* e a experiência dos usuários
- 17.10.3. O *engagement* como resposta emocional da audiência
- 17.10.4. O *engagement* como resultado da cognição humana
- 17.10.5. Os comportamentos observáveis da audiência como expressão do *engagement*

Módulo 18. Roteiro de Televisão: Programas e Ficção

- 18.1. Narrativa Televisiva
 - 18.1.1. Conceitos e Limites
 - 18.1.2. Códigos e Estruturas
- 18.2. Categorias Narrativas de Televisão
 - 18.2.1. O enunciado
 - 18.2.2. Personagens
 - 18.2.3. Ações e Transformações
 - 18.2.4. Espaço
 - 18.2.5. O tempo
- 18.3. Gêneros e Formatos Televisivos
 - 18.3.1. Unidades Narrativas
 - 18.3.2. Gêneros e Formatos Televisivos
- 18.4. Formatos de Ficção
 - 18.4.1. Ficção televisiva
 - 18.4.2. A Sitcom
 - 18.4.3. As séries de Drama
 - 18.4.4. A novela
 - 18.4.5. Outros formatos
- 18.5. O Roteiro de Ficção na Televisão
 - 18.5.1. Introdução
 - 18.5.2. A técnica
- 18.6. O Drama na Televisão
 - 18.6.1. As Séries de Drama
 - 18.6.2. A novela
- 18.7. As séries de Comédia
 - 18.7.1. Introdução
 - 18.7.2. A Sitcom
- 18.8. O Roteiro de Entretenimento
 - 18.8.1. O Roteiro passo a passo
 - 18.8.2. Escrever para dizer

- 18.9. Escrita de Roteiro de Entretenimento
 - 18.9.1. Reunião de Roteiro
 - 18.9.2. Roteiro Técnico
 - 18.9.3. Decupagem de Produção
 - 18.9.4. Escaleta
- 18.10. Desenho de Roteiro de Entretenimento
 - 18.10.1. Magazine
 - 18.10.2. Programa de humor
 - 18.10.3. Fases do Ciclo Contábil
 - 18.10.4. *Show de Talentos*
 - 18.10.5. Documentário
 - 18.10.6. Outros formatos



*Um programa de alto nível acadêmico
que será fundamental para o seu
desenvolvimento profissional”*

05

Metodologia

Este curso oferece uma maneira diferente de aprender. Nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cíclico: o **Relearning**. Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas faculdades de medicina mais prestigiadas do mundo e foi considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações científicas, como o **New England Journal of Medicine**.



“

Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para realizá-la através de sistemas de ensino cíclicos: uma forma de aprendizagem que se mostrou extremamente eficaz, especialmente em disciplinas que requerem memorização”

Estudo de caso para contextualizar todo o conteúdo

Nosso programa oferece um método revolucionário para desenvolver as habilidades e o conhecimento. Nosso objetivo é fortalecer as competências em um contexto de mudança, competitivo e altamente exigente.

“

Com a TECH você irá experimentar uma forma de aprender que está revolucionando as bases das universidades tradicionais em todo o mundo”



Você terá acesso a um sistema de aprendizagem baseado na repetição, por meio de um ensino natural e progressivo ao longo de todo o programa.



Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este curso da TECH é um programa de ensino intensivo, criado do zero, que propõe os desafios e decisões mais exigentes nesta área, em âmbito nacional ou internacional. Através desta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado em direção ao sucesso. O método do caso, técnica que constitui a base deste conteúdo, garante que a realidade econômica, social e profissional mais atual seja adotada.

“*Nosso programa prepara você para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso na sua carreira*”

O método do caso é o sistema de aprendizagem mais utilizado nas principais escolas de negócios do mundo, desde que elas existem. Desenvolvido em 1912 para que os estudantes de Direito não aprendessem a lei apenas com base no conteúdo teórico, o método do caso consistia em apresentar-lhes situações realmente complexas para que tomassem decisões conscientes e julgassem a melhor forma de resolvê-las. Em 1924 foi estabelecido como o método de ensino padrão em Harvard.

Em uma determinada situação, o que um profissional deveria fazer? Esta é a pergunta que abordamos no método do caso, um método de aprendizagem orientado para a ação. Ao longo do programa, os alunos irão se deparar com diversos casos reais. Terão que integrar todo o conhecimento, pesquisar, argumentar e defender suas ideias e decisões.

O aluno aprenderá, através de atividades de colaboração e casos reais, como resolver situações complexas em ambientes reais de negócios.

Metodologia Relearning

A TECH utiliza de maneira eficaz a metodologia do estudo de caso com um sistema de aprendizagem 100% online, baseado na repetição, combinando 8 elementos didáticos diferentes em cada aula.

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

Em 2019, entre todas as universidades online do mundo, alcançamos os melhores resultados de aprendizagem.

Na TECH o aluno aprende através de uma metodologia de vanguarda, desenvolvida para capacitar os diretores do futuro. Este método, na vanguarda da pedagogia mundial, se chama Relearning.

Nossa universidade é uma das únicas que possui a licença para usar este método de sucesso. Em 2019 conseguimos melhorar os níveis de satisfação geral dos nossos alunos (qualidade de ensino, qualidade dos materiais, estrutura dos curso, objetivos, entre outros) com relação aos indicadores da melhor universidade online.



No nosso programa, a aprendizagem não é um processo linear, ela acontece em espiral (aprender, desaprender, esquecer e reaprender). Portanto, combinamos cada um desses elementos de forma concêntrica. Esta metodologia já capacitou mais de 650 mil graduados universitários com um sucesso sem precedentes em áreas tão diversas como bioquímica, genética, cirurgia, direito internacional, habilidades gerenciais, ciências do esporte, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história ou mercados e instrumentos financeiros. Tudo isso em um ambiente altamente exigente, com um corpo discente com um perfil socioeconômico médio-alto e uma média de idade de 43,5 anos.

O Relearning permitirá uma aprendizagem com menos esforço e mais desempenho, fazendo com que você se envolva mais em sua especialização, desenvolvendo o espírito crítico e sua capacidade de defender argumentos e contrastar opiniões: uma equação de sucesso.

A partir das últimas evidências científicas no campo da neurociência, sabemos como organizar informações, ideias, imagens, memórias, mas sabemos também que o lugar e o contexto onde aprendemos algo é fundamental para nossa capacidade de lembrá-lo e armazená-lo no hipocampo, para mantê-lo em nossa memória a longo prazo.

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

Neste programa, oferecemos o melhor material educacional, preparado especialmente para os profissionais:



Material de estudo

Todo o conteúdo foi criado especialmente para o curso pelos especialistas que irão ministrá-lo, o que faz com que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Posteriormente, esse conteúdo é adaptado ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isso, com as técnicas mais inovadoras que proporcionam alta qualidade em todo o material que é colocado à disposição do aluno.



Masterclasses

Há evidências científicas sobre a utilidade da observação de terceiros especialistas.

O “Learning from an expert” fortalece o conhecimento e a memória, além de gerar segurança para a tomada de decisões difíceis no futuro



Práticas de habilidades e competências

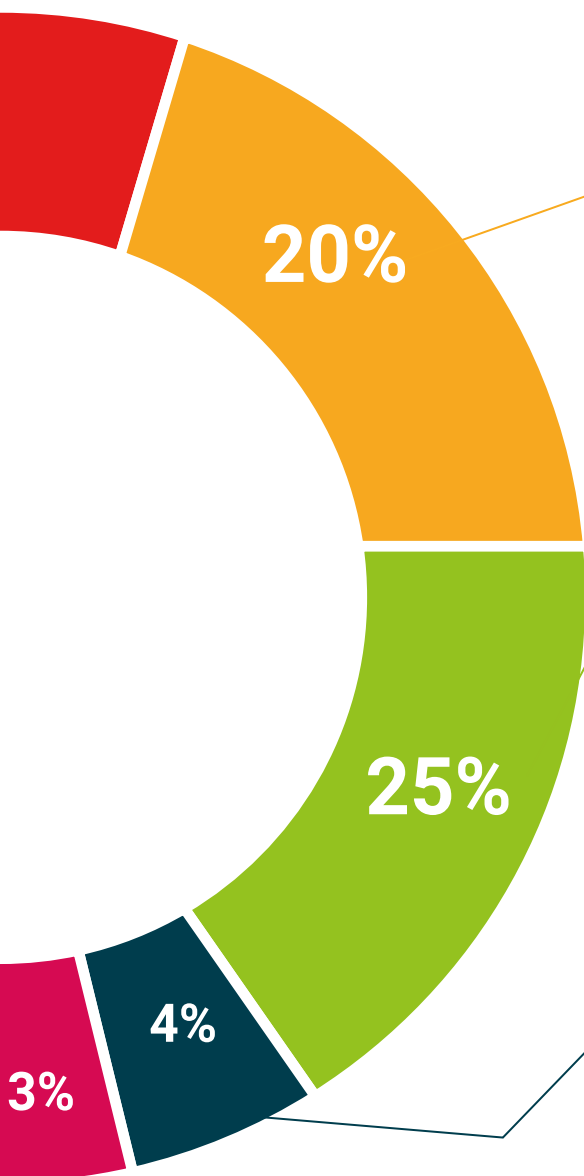
Serão realizadas atividades para desenvolver competências e habilidades específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e ampliar as competências e habilidades que um especialista precisa desenvolver no contexto globalizado em que vivemos.



Leituras complementares

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



**Estudos de caso**

Os alunos irão completar uma seleção dos melhores estudos de caso escolhidos especialmente para esta capacitação. Casos apresentados, analisados e orientados pelos melhores especialistas do cenário internacional.

**Resumos interativos**

A equipe da TECH apresenta o conteúdo de forma atraente e dinâmica através de pílulas multimídia que incluem áudios, vídeos, imagens, gráficos e mapas conceituais para consolidar o conhecimento.

Este sistema exclusivo de capacitação por meio da apresentação de conteúdo multimídia foi premiado pela Microsoft como "Caso de sucesso na Europa".

**Testing & Retesting**

Avaliamos e reavaliamos periodicamente o conhecimento do aluno ao longo do programa, através de atividades e exercícios de avaliação e autoavaliação, para que possa comprovar que está alcançando seus objetivos.



06

Certificado

O Advanced Master em Alta Gestão da Indústria Audiovisual garante, além da capacitação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um título de Advanced Master emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

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

Este **Advanced Master em Alta Direção de Indústrias Criativas** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado.

Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado* correspondente ao título de **Advanced Master** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

O certificado emitido pela **TECH Universidade Tecnológica** expressará a qualificação obtida no Advanced Master, atendendo os requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de emprego, concursos públicos e avaliação de carreira profissional.

Título: **Advanced Master em Alta Gestão da Indústria Audiovisual**

N.º de Horas Oficiais: **3.000h**



*Apostila de Haia: Caso o aluno solicite que seu certificado seja apostilado, a TECH EDUCATION providenciará a obtenção do mesmo a um custo adicional.

futuro
saúde confiança pessoas
informação orientadores
educação certificação ensino
garantia aprendizagem
instituições tecnologia
comunidade compromisso
atenção personalizada
conhecimento inovação
presente qualidade
desenvolvimento sistema



Advanced Master
Alta Gestão
da Indústria Audiovisual

- » Modalidade: online
- » Duração: 2 anos
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Dedicção: 16h/semana
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

Advanced Master

Alta Gestão

da Indústria Audiovisual

