

Mestrado Próprio

MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais





Mestrado Próprio

MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Créditos: 60 ECTS
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online

Acceso web: www.techtitute.com/pt/jornalismo-comunicacao/mestrado-proprio/mestrado-proprio--mba-gestao-empresas-audiovisuais

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Competências

pág. 16

04

Direção do curso

pág. 22

05

Estrutura e conteúdo

pág. 26

06

Metodologia

pág. 34

07

Certificação

pág. 42

01

Apresentação

A indústria audiovisual é uma indústria em que a passagem do tempo se tornou um processo de reforço e desenvolvimento inabalável. Atualmente, a proliferação de diversos espaços de trabalho e de comunicação neste espectro determina uma necessidade extrema de formação específica para se manter competitivo e ganhar o nicho de negócio que garante a viabilidade de um projeto. Este programa foi desenvolvido para que o profissional seja plenamente formado neste campo, com a solvência e fiabilidade da maior instituição de ensino online do mundo.





“

Um Mestrado Próprio completo da alta qualidade, que lhe permitirá adquirir as ferramentas de trabalho pessoais e profissionais necessárias para dominar a gestão da indústria audiovisual”

A indústria audiovisual está a desenvolver-se a um ritmo vertiginoso, alimentando-se intensamente das mudanças sociais, económicas e culturais do ambiente internacional. A gestão, neste contexto, é a linha de orientação essencial para dar a qualquer projeto uma possibilidade real de sucesso, no sentido prático do termo.

Para poder trabalhar nesta área de forma precisa e solvente, é necessária uma bagagem pessoal de conhecimentos amplos e específicos nas diferentes áreas e contextos do sector audiovisual.

Este Mestrado Próprio foi desenvolvido com o objetivo claro e específico de lhe dar as ferramentas profissionais necessárias para poder organizar e gerir os processos de gestão das diferentes áreas de trabalho envolvidas. Com este objetivo em mente, começaremos por explorar os conceitos de indústria e cultura, estudando o jornalismo cultural e o seu funcionamento.

A parte técnica, centrada na realização dos projetos, do ponto de vista teórico e prático, vai levá-lo desde a ideia à apresentação. Esta abordagem, que lhe dará os conhecimentos teóricos e a capacidade de os aplicar na prática, estará presente ao longo de toda a formação nos diferentes temas. Desta forma, tudo o que aprender será convertido em competências de trabalho reais que lhe permitirão aumentar intensamente as suas capacidades. Desta forma, aprenderá a estrutura do sistema audiovisual e a forma como a produção deste tipo de conteúdos contempla a sua financiamento e a avaliação do investimento em termos de custos e benefícios.

Relaciona-se outro aspeto relevante diretamente com a vertente mais criativa do sector. Aprenderá os princípios básicos que determinam a direção dos atores na ficção e a criação do discurso narrativo. Estes dados permitirão avançar na compreensão da indústria cultural e dos novos modelos de comunicação que estão atualmente a ser desenvolvidos. Neste sentido, é indispensável um conhecimento profundo dos novos géneros e formatos utilizados na televisão. Um domínio que lhe dará a perspetiva que precisa para se posicionar na sua própria forma de criar e de uma forma que o ajudará a atingir o seu público-alvo.

Este **Mestrado Próprio em MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais** contém o programa de formação mais completo e atualizado do mercado. As suas principais características são:

- ♦ A mais recente tecnologia em software de ensino online
- ♦ Um sistema de ensino extremamente visual, apoiado por conteúdos gráficos e esquemáticos que são fáceis de assimilar e compreender
- ♦ Desenvolvimento de casos práticos apresentados por especialistas no ativo
- ♦ Sistemas de vídeo interativos de última geração
- ♦ Ensino apoiado pela teleprática
- ♦ Sistemas de atualização e requalificação contínua
- ♦ Aprendizagem auto-regulada: total compatibilidade com outras profissões
- ♦ Exercícios práticos de auto-avaliação e verificação da aprendizagem
- ♦ Grupos de apoio e sinergias educativas: perguntas ao especialista, fóruns de discussão e conhecimento
- ♦ Comunicação com o professor e trabalhos de reflexão individual
- ♦ Disponibilidade de acesso aos conteúdos a partir de qualquer dispositivo fixo ou portátil com conexão à Internet
- ♦ Bancos de documentação de apoio permanentemente disponível, inclusive após o programa



Adquira as competências de um gestor especializado na indústria audiovisual

“

Uma aprendizagem contextualizada e real que lhe permitirá pôr em prática os seus conhecimentos através de novas aptidões e competências”

O corpo docente é composto por profissionais no ativo. Desta forma, a TECH garante que cumpre o objetivo da atualização educacional que almejamos. Uma equipa multidisciplinar de Professores capacitados e experientes em diferentes âmbitos, que desenvolverão o conhecimento teórico de forma eficiente, mas, sobretudo, colocarão os conhecimentos práticos da sua própria experiência à disposição do Curso: uma das qualidades que diferenciam esta capacitação.

Este domínio do assunto é complementado com a eficácia do design metodológico deste MBA. Desenvolvido por uma equipa de especialistas em e-learning, integra os últimos avanços na tecnologia educacional. Desta forma, poderá estudar com uma variedade de ferramentas multimédia confortáveis e versáteis, que lhe darão a funcionalidade que necessita na sua capacitação.

Esta qualificação foi concebida tendo por base uma Aprendizagem Baseada em Problemas: uma abordagem que contempla a aprendizagem como um processo essencialmente prático. Para o conseguir remotamente, utilizaremos a teleprática: com a ajuda de um novo sistema de vídeo interativo, e o *Learning from an Expert* poderá adquirir os conhecimentos como se estivesse a lidar com o caso que está a aprender nesse momento.

Um conceito que permitirá que a aprendizagem seja integrada e fundamentada de forma mais realista e permanente.

Os diferentes cenários da gestão da indústria audiovisual desenvolveram-se com clareza e eficácia para impulsionar os nossos alunos.

Um programa prático e real que lhe permitirá avançar progressivamente e com segurança.



02 Objetivos

Os objetivos que nos propomos em cada um dos nossos programas educativos estão centrados em conseguir um impulso global para o desenvolvimento dos nossos alunos, não só no campo académico, no qual estabelecemos os mais elevados padrões de qualidade, mas também no campo pessoal. Por isso oferecemos-lhe um desenvolvimento educativo estimulante e flexível que lhe permite alcançar a satisfação de concluir eficazmente os seus objetivos.



“

Aprenda de uma forma eficiente e estimulante e atinja os seus objetivos profissionais com a qualidade de um curso de grande impacto educativo”



Objetivos gerais

- ♦ Ampliar o conhecimento e a informação do aluno com um maior nível de profundidade no campo do jornalismo, mas, mais especificamente, no campo da gestão da Indústria Audiovisual
- ♦ Aprender a desempenhar as funções neste campo num ambiente especializado e profissional





Objetivos específicos

Módulo 1. Jornalismo cultural

- ♦ Ter as competências transversais e específicas necessárias para lidar com sucesso com a realidade do jornalismo cultural em diferentes campos
- ♦ Conhecimento aprofundado da comunicação digital e do jornalismo cultural
- ♦ Saber identificar, criar e desenvolver histórias com os diferentes pontos que as englobam, marcadas pelo rigor e pela marca pessoal
- ♦ Conhecer e desenvolver as diretrizes essenciais para a documentação em jornalismo cultural
- ♦ Conhecer, compreender e identificar novas edições em jornalismo, cultura e web 3.0
- ♦ Conhecer a utilização de redes sociais no âmbito do jornalismo cultural e dos géneros jornalísticos
- ♦ Saber fazer uso da informação através dos meios de comunicação social e desenvolver um plano de comunicação
- ♦ Desenvolver conteúdos específicos dentro do jornalismo cultural em termos de posicionamento

Módulo 2. Teoria e técnica da realização

- ♦ Conhecer o ambiente de trabalho da equipa de produção: meios tecnológicos, rotinas técnicas e recursos humanos O papel do realizador em contextos profissionais: competências e responsabilidades
- ♦ Conhecer a viagem criativa da ideia, desde o guião até ao produto no ecrã
- ♦ Aprender o básico dos elementos da colocação em cena
- ♦ Ser capaz de analisar e prever os meios necessários com base numa sequência
- ♦ Adquirir a capacidade de planear sequências narrativas e documentais de acordo com os meios disponíveis
- ♦ Conhecer as técnicas básicas de realização
- ♦ Identificar e utilizar de forma adequada as ferramentas tecnológicas nas diferentes fases do processo audiovisual
- ♦ Aprender a pôr em prática os elementos e processos fundamentais da narração de histórias audiovisuais
- ♦ Conhecer as características, usos e necessidades de projetos audiovisuais multi-câmaras
- ♦ Ser capaz de transferir programas de televisão do aparelho para o ecrã
- ♦ Compreender as necessidades e vantagens do trabalho de equipa em projetos audiovisuais multicâmaras

Módulo 3. Estrutura do sistema audiovisual

- ♦ Conhecer as bases do funcionamento do sistema audiovisual (fixar conteúdos fundamentais, conhecer os autores/textos trabalhados em cada tópico)
- ♦ Adquirir a capacidade de análise teórica e crítica das estruturas organizacionais da comunicação audiovisual (compreensão das principais ideias, conceitos e elementos relacionados)
- ♦ Mergulhar no quadro histórico, político-económico, social e tecnológico em que os produtos audiovisuais são produzidos, distribuídos e consumidos
- ♦ Conhecer a natureza e as inter-relações entre os temas da comunicação audiovisual: autores, instituições, empresas, meios de comunicação, apoios e recetores
- ♦ Identificar as questões e debates atuais relativos ao sistema audiovisual

Módulo 4. Produção audiovisual

- ♦ Conhecer as origens históricas da Produção Audiovisual e a sua evolução na Sociedade Contemporânea
- ♦ Identificar os conceitos teóricos que definem os Processos de Produção de Obras Audiovisuais
- ♦ Conhecer o quadro legal e a legislação que articula o sector da produção audiovisual e o seu impacto sobre os diferentes formatos de produção
- ♦ Ser capaz de identificar a conceção da produção de uma obra audiovisual com base na análise das suas fontes de financiamento
- ♦ Identificar as diferentes rubricas do orçamento de uma obra audiovisual
- ♦ Apontar as decisões de produção a partir da cópia final de uma produção audiovisual
- ♦ Definição de formas de exploração e comercialização de produções audiovisuais
- ♦ Identificar e classificar as equipas humanas e os meios técnicos apropriados e necessários para cada fase do projeto: pré-produção, filmagem/fotografar, pós-produção
- ♦ Controlo do processo de amortização das produções audiovisuais

Módulo 5. Realização de ficção e direção de atores

- ♦ Proporcionar aos estudantes os fundamentos teóricos e técnicos, bem como as competências instrumentais para abordar, de um ponto de vista narrativo e estético, a produção de ficção audiovisual, em diferentes meios e tecnologias
- ♦ Estudar os processos de criação, produção e pós-produção de obras audiovisuais (cinema, televisão), bem como os elementos básicos da narração (imagem e som)
- ♦ Tratar adequadamente os modelos teóricos de construção narrativa, os mecanismos envolvidos na criação de histórias e a sua articulação através da encenação, edição e pós-produção
- ♦ Conhecer a encenação integral das produções audiovisuais de cinema e televisão, assumir a responsabilidade pela direção dos atores e adaptar-se ao guião, plano de trabalho ou orçamento anterior
- ♦ Capacidade e competência na direção/realização de filmes de acordo com um esboço de roteiro, um guião e um plano de filmagem
- ♦ Relacionar o filme com outras artes pictóricas, tais como a fotografia e a pintura
- ♦ Analisar as diferenças entre a realização para o teatro e para o cinema, a fim de compreender as particularidades das línguas
- ♦ Conhecer os métodos interpretativos e a sua origem a fim de tornar a comunicação ator-diretor mais fluente

Módulo 6. Indústrias culturais e novos modelos empresariais de comunicação

- ♦ Estudar as transformações que tiveram lugar nas Indústrias Culturais na oferta e no consumo em redes digitais, nos seus aspetos económicos, políticos e socioculturais
- ♦ Aprofundar os desafios que o ambiente digital tem colocado aos modelos empresariais das empresas de jornalismo e outras indústrias culturais tradicionais
- ♦ Analisar e conceber estratégias inovadoras que contribuam para a melhoria dos processos de gestão e de tomada de decisões, assim como para o desenvolvimento de produtos informativos em conformidade com as necessidades das audiências e dos anunciantes
- ♦ Compreender as mudanças nos processos de organização e gestão dos recursos estratégicos, humanos, materiais e técnicos das novas empresas no ambiente digital

Módulo 7. Gestão e promoção de produtos audiovisuais

- ♦ Conhecer os conceitos fundamentais que regem a distribuição, a comercialização e a difusão de um produto audiovisual na sociedade contemporânea
- ♦ Identificar as diferentes janelas de exposição audiovisual e monitorizar as amortizações
- ♦ Compreender as estratégias de produção executiva no desenvolvimento e subsequente distribuição de projetos audiovisuais
- ♦ Identificar a conceção da comercialização de uma produção audiovisual através do seu impacto nos diferentes meios audiovisuais contemporâneos
- ♦ Conhecer a história e os problemas contemporâneos dos festivais de cinema
- ♦ Identificar as diferentes categorias e modalidades dos festivais de cinema
- ♦ Analisar e interpretar as lógicas económicas, culturais e estéticas dos festivais de cinema a nível local, nacional e global

Módulo 8. Géneros, formatos e programação televisiva

- ♦ Conhecer o conceito de género aplicado à produção de ficção e entretenimento televisivo
- ♦ Distinguir e interpretar os vários géneros de produção de ficção e entretenimento televisivo e a sua evolução ao longo do tempo
- ♦ Ter a capacidade de análise cultural, social e económica dos géneros televisivos como espinha dorsal da criação audiovisual e das práticas de consumo
- ♦ Conhecer as modificações e hibridizações que ocorrem nos géneros de televisivos no contexto da televisão contemporânea
- ♦ Reconhecer os diferentes formatos do atual panorama televisivo
- ♦ Identificar as principais características de um formato, a sua estrutura, o seu funcionamento e os seus fatores de impacto
- ♦ Saber interpretar, analisar e comentar um formato de televisão a partir de uma perspetiva profissional, estética e cultural
- ♦ Conhecer as principais técnicas e processos da programação televisiva generalista
- ♦ Compreender e analisar criticamente os processos da oferta televisiva, a sua evolução e a realidade atual, com relação ao fenómeno da receção e aos contextos sociais e culturais em que esta é produzida

Módulo 9. Publicidade audiovisual

- ♦ Conhecer, a um nível teórico, as correntes de estudos dedicados à receção audiovisual
- ♦ Identificar as diferenças entre as diferentes formas de abordar o estudo da receção audiovisual e o atual estado da arte
- ♦ Compreender o funcionamento das redes sociais como uma parte fundamental do ambiente audiovisual atual
- ♦ Compreender as ligações entre o público e o conteúdo
- ♦ Compreender as transformações provocadas pela digitalização

Módulo 10. Guião de televisão: programas e ficção

- ♦ Compreender o processo criativo e industrial na criação de um guião de ficção para televisão
- ♦ Identificar os diferentes géneros de programas de televisão a fim de determinar as técnicas de guião que necessitam
- ♦ Conhecer as diferentes ferramentas disponíveis para um guionista de televisão
- ♦ Aprenda como se relaciona um formato de programa de televisão com as suas técnicas de escrita
- ♦ Compreender as noções básicas da dinâmica de um formato de programa de televisão
- ♦ Obter uma visão global das franquias em formato de programas de televisão internacionais
- ♦ Utilizar um ponto de vista crítico ao analisar os vários géneros e formatos de programas de televisão com base nos seus guiões
- ♦ Saber como apresentar um projeto de guião para uma série de televisão



“

Alcance o seu objetivo de crescimento profissional com este MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais”

03

Competências

A diferença fundamental que o nosso Mestrado Próprio traz aos alunos é o compromisso com a aquisição real de competências e habilidades que lhes permitam ascender nas suas carreiras profissionais a níveis mais elevados de qualidade. Um critério de excelência que encontrará em todas as partes do programa e em todos os aspetos desta formação.



“

Adquira as competências necessárias para crescer na sua profissão, dominando todos os aspectos da gestão na indústria audiovisual”.



Competências gerais

- Desenvolver a gestão global de um projeto de comunicação audiovisual em todas e cada uma das suas facetas com o controlo total dos diferentes agentes e processos que nele intervêm

“

*Uma experiência de formação
única, fundamental e decisiva
para impulsionar o seu
desenvolvimento profissional”*





Competências específicas

- ♦ Descrever o que é o jornalismo cultural
- ♦ Saber mover-se eficazmente na rede 3.0
- ♦ Usar as redes sociais num ambiente jornalístico
- ♦ Conhecer a composição das equipas de produção audiovisual
- ♦ Organizar a encenação
- ♦ Plano de ações narrativas ajustadas aos meios disponíveis
- ♦ Dominar as diferentes fases do projeto audiovisual
- ♦ Utilizar o sistema multi-câmara
- ♦ Conhecer e aplicar as estruturas organizacionais da comunicação audiovisual
- ♦ Saber adaptar-se aos padrões de consumo do momento
- ♦ Conhecer o código relacional dos diferentes agentes da comunicação audiovisual
- ♦ Ter uma visão contextual
- ♦ Descrever o desenvolvimento histórico da produção audiovisual
- ♦ Conhecer o quadro jurídico
- ♦ Criar produtos ajustados ao financiamento disponível
- ♦ Distribuir o orçamento por diferentes rubricas
- ♦ Conhecer os canais de distribuição

- ♦ Organizar as diferentes equipas humanas
- ♦ Planeamento da amortização de produtos audiovisuais
- ♦ Produzir um produto audiovisual em diferentes meios de comunicação
- ♦ Conhecer os diferentes processos criativos e produtivos
- ♦ Criar e supervisionar a criação de uma história audiovisual
- ♦ Encenação de um projeto audiovisual
- ♦ Dirigir um projeto audiovisual
- ♦ Dirigir a los actores
- ♦ Ser capaz de se adaptar às transformações da oferta e do consumo
- ♦ Reconhecer os desafios do panorama digital
- ♦ Conceber estratégias de gestão inovadoras
- ♦ Saber organizar a distribuição eficaz de um produto audiovisual
- ♦ Monitorizar as amortizações de produto
- ♦ Aplicar a organização executiva a estas tarefas
- ♦ Reconhecer diferentes concepções de comercialização
- ♦ Explicar a situação atual do cinema neste contexto





- ♦ Reconhecer todos os géneros de produção audiovisual
- ♦ Explicar a relação entre o género e o momento social
- ♦ Conhecer a situação atual do consumo televisivo
- ♦ Reconhecer as diferentes chaves comunicativas dos vários formatos em relação aos contextos culturais
- ♦ Definir as diferentes correntes de estudos no sector audiovisual
- ♦ Compreender o funcionamento das redes deste ponto de vista
- ♦ Descrever a relação entre o público e o conteúdo
- ♦ Saber quais são as adaptações necessárias para a digitalização audiovisual
- ♦ Saber como funciona o processo de criação de um guião de ficção
- ♦ Saber que tipo de guião precisa cada género
- ♦ Conhecer o trabalho dos guionistas de televisão
- ♦ Conhecer as diferentes franquias de formatos televisivos
- ♦ Apresentar um projeto de série televisiva

04

Direção do curso

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



“

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

Diretor Internacional Convidado

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

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

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

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



Sra. Cissé, Amirah

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



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

05

Estrutura e conteúdo

O programa está configurado como uma viagem muito completa através de cada um dos conhecimentos necessários para compreender e assumir as formas de trabalhar neste campo. Com uma abordagem centrada na aplicação prática que lhe permitirá crescer como profissional desde o primeiro momento de capacitação.



“

Um plano de estudos abrangente centrado na aquisição de conhecimentos e na sua conversão em competências reais, criado para o impulsionar para a excelência”

Módulo 1. Jornalismo cultural

- 1.1. O jornalismo cultural nos meios de comunicação convencionais e a sua integração no mundo digital
- 1.2. A arte de contar histórias
- 1.3. Guias essenciais para a documentação jornalística cultural
- 1.4. A filosofia 3.0 da comunicação
- 1.5. Gestão de meios de comunicação e redes sociais
- 1.6. Conteúdos jornalísticos interativos
- 1.7. Os paradigmas da comunicação
- 1.8. Posicionamento na web: SEO, SEM, SMO, SMM e SERM. Os Conteúdos jornalísticos especializados

Módulo 2. Teoria e técnica da realização

- 2.1. Realização como a construção da obra audiovisual A equipa de trabalho
 - 2.1.1. Desde o guião literário até ao guião técnico ou ao esquema
 - 2.1.2. A equipa de trabalho
- 2.2. Os elementos da configuração do ecrã Materiais de construção
 - 2.2.1. Pré-adaptação espacial Direção artística
 - 2.2.2. Os elementos da configuração do ecrã
- 2.3. Pré-produção Os documentos de implementação
 - 2.3.1. Guião técnico
 - 2.3.2. O plano da cenografia
 - 2.3.3. O *storyboard*
 - 2.3.4. Planificar
 - 2.3.5. O plano de filmagem
- 2.4. O valor expressivo do som
 - 2.4.1. Tipologia dos elementos sonoros
 - 2.4.2. Construção do espaço sonoro
- 2.5. O valor expressivo da luz
 - 2.5.1. Valor expressivo da luz
 - 2.5.2. Técnicas básicas de iluminação

- 2.6. Técnicas básicas de filmagem com uma mono-câmara
 - 2.6.1. Usos e técnicas de filmagem por uma única câmara
 - 2.6.2. O subgénero do *found footage*. Cinema de ficção e documental
 - 2.6.3. A realização com uma câmara na televisão
- 2.7. A montagem
 - 2.7.1. A Montagem como montagem A reconstrução do espaço-tempo
 - 2.7.2. Técnicas de montagem não-linear
- 2.8. Pós-produção e correção de cores
 - 2.8.1. Pós-produção
 - 2.8.2. Conceito de montagem vertical
 - 2.8.3. Correção de cores
- 2.9. Os formatos e a equipa de implementação
 - 2.9.1. Formatos multi-câmaras
 - 2.9.2. O estúdio e a equipa
- 2.10. Chaves, técnicas e rotinas em filmagens multi-câmaras
 - 2.10.1. Técnicas multi-câmaras
 - 2.10.2. Alguns formatos comuns

Módulo 3. Estrutura do sistema audiovisual

- 3.1. Uma introdução às Indústrias Culturais (C.I.)
 - 3.1.1. Conceitos de cultura Cultura-Comunicação
 - 3.1.2. Teoria e evolução da C.I.: tipologia e modelos
- 3.2. Indústria cinematográfica I
 - 3.2.1. Características e principais atores
 - 3.2.2. Estrutura do sistema cinematográfica
- 3.3. Indústria cinematográfica II
 - 3.3.1. A indústria cinematográfica americana
 - 3.3.2. As produtoras independentes
 - 3.3.3. Problemas e debates na indústria cinematográfica
- 3.4. Indústria cinematográfica III
 - 3.4.1. Regulamento do cinema: Estado e Cultura Políticas para a proteção e promoção da cinematografia
 - 3.4.2. Casos de estudo

- 3.5. Indústria televisiva I
 - 3.5.1. A Televisão económica
 - 3.5.2. Modelos fundadores
 - 3.5.3. Transformação
- 3.6. Indústria televisiva II
 - 3.6.1. A indústria televisiva americana
 - 3.6.2. Características principais
 - 3.6.3. A regulamentação do Estado
- 3.7. Indústria televisiva III
 - 3.7.1. Televisão de serviço público na Europa
 - 3.7.2. Crises e debates
- 3.8. Os eixos da mudança
 - 3.8.1. Novos processos no sector audiovisual
 - 3.8.2. Debates regulamentares
- 3.9. Televisão Digital Terrestre (TDT)
 - 3.9.1. O papel do Estado e as experiências
 - 3.9.2. As novas características do sistema de televisão
- 3.10. Novos operadores na paisagem audiovisual
 - 3.10.1. Plataformas de serviços *Over-the-top* (OTT)
 - 3.10.2. Consequências do seu surgimento

Módulo 4. Produção audiovisual

- 4.1. Produção audiovisual
 - 4.1.1. Conceitos de introdução
 - 4.1.2. A indústria audiovisual
- 4.2. A equipa de produção
 - 4.2.1. Os profissionais
 - 4.2.2. O produtor e o guião
- 4.3. O projeto audiovisual
 - 4.3.1. Gestão de projetos
 - 4.3.2. Avaliação do projeto
 - 4.3.3. Apresentação de projetos

- 4.4. Modalidades de produção e financiamento
 - 4.4.1. Financiamento da produção audiovisual
 - 4.4.2. Modos de produção audiovisual
 - 4.4.3. Recursos para o pré-financiamento
- 4.5. A equipa de produção e a análise do guião
 - 4.5.1. A equipa de produção
 - 4.5.2. A análise do guião
- 4.6. Os espaços de filmagem
 - 4.6.1. As localizações
 - 4.6.2. Os cenários
- 4.7. A distribuição e os contratos de filmagem
 - 4.7.1. A distribuição ou casting
 - 4.7.2. A prova de casting
- 4.8. O plano de trabalho e o orçamento da obra audiovisual
 - 4.8.1. O plano de trabalho
 - 4.8.2. O orçamento
- 4.9. Produção em filmagem ou gravação
 - 4.9.1. A preparação da filmagem
 - 4.9.2. A distribuição e os meios de filmagem
- 4.10. A pós-produção e o balanço final da obra audiovisual
 - 4.10.1. Edição e pós-produção
 - 4.10.2. Balanço final e operação

Módulo 5. Realização de ficção e direção de atores

- 5.1. A implementação da ficção
 - 5.1.1. Introdução
 - 5.1.2. O processo e as suas ferramentas
- 5.2. A ótica e as câmaras
 - 5.2.1. Ótica e enquadramento
 - 5.2.2. Movimento de câmara
 - 5.2.3. Continuidade

- 5.3. Luz e cor: aspetos teóricos
 - 5.3.1. Exposição
 - 5.3.2. Teoria da cor
- 5.4. Iluminação no cinema
 - 5.4.1. Ferramentas
 - 5.4.2. A iluminação como narrativa
- 5.5. A cor e as óticas
 - 5.5.1. Controlo da cor
 - 5.5.2. As óticas
 - 5.5.3. O controlo da imagem
- 5.6. O trabalho na filmagem
 - 5.6.1. A lista de planos
 - 5.6.2. A equipa e as suas funções
- 5.7. Questões técnicas para a direção do cinema
 - 5.7.1. Os recursos da técnica
- 5.8. A visão dos diretores
 - 5.8.1. Os diretores tomam a palavra
- 5.9. Transformações digitais
 - 5.9.1. As Transformações analógico-digitais na fotografia cinematográfica
 - 5.9.2. O reinado da pós-produção digital
- 5.10. Direção de atores
 - 5.10.1. Introdução
 - 5.10.2. Principais métodos e técnicas
 - 5.10.3. O Trabalho com os atores

Módulo 6. Indústrias culturais e novos modelos empresariais de comunicação

- 6.1. Os conceitos de cultura, economia, comunicação, tecnologia, IC
 - 6.1.1. Cultura, Economia, Comunicação
 - 6.1.2. Indústrias Culturais
- 6.2. Tecnologia, comunicação e cultura
 - 6.2.1. Cultura artesanal mercantilizada
 - 6.2.2. Do espetáculo ao vivo às artes visuais
 - 6.2.3. Museus e património

- 6.3. Os principais setores das Indústrias Culturais
 - 6.3.1. Produtos editoriais
 - 6.3.2. Os C.I.'s de fluxo
 - 6.3.3. Modelos híbridos
- 6.4. A Era Digital nas Indústrias Culturais
 - 6.4.1. As Indústrias Culturais Digitais
 - 6.4.2. Novos modelos na Era Digital
- 6.5. Os meios digitais e os meios de comunicação na era digital
 - 6.5.1. O negócio da imprensa online
 - 6.5.2. A rádio no ambiente digital
 - 6.5.3. Especificidades dos meios de comunicação na era digital
- 6.6. Globalização e diversidade na Cultura
 - 6.6.1. Concentração, internacionalização e globalização das Indústrias Culturais
 - 6.6.2. A luta pela diversidade cultural
- 6.7. Políticas Culturais e de cooperação
 - 6.7.1. Políticas culturais
 - 6.7.2. O papel dos Estados e das regiões dos países
- 6.8. A diversidade musical na nuvem
 - 6.8.1. O sector da música hoje
 - 6.8.2. A nuvem
 - 6.8.3. Iniciativas latinas/ iberoamericanas
- 6.9. Diversidade na indústria audiovisual
 - 6.9.1. Do pluralismo à diversidade
 - 6.9.2. Diversidade, cultura e comunicação
 - 6.9.3. Conclusões e propostas
- 6.10. Diversidade Audiovisual na Internet
 - 6.10.1. O sistema audiovisual na era da Internet
 - 6.10.2. Ofertas televisivas e diversidade
 - 6.10.3. Conclusões

Módulo 7. Gestão e promoção de produtos audiovisuais

- 7.1. A Distribuição audiovisual
 - 7.1.1. Introdução
 - 7.1.2. Os atores da distribuição
 - 7.1.3. Os produtos da comercialização
 - 7.1.4. Os campos da distribuição audiovisual
 - 7.1.5. Distribuição internacional
- 7.2. A empresa de distribuição
 - 7.2.1. A estrutura organizativa
 - 7.2.2. A negociação do contrato de distribuição
 - 7.2.3. Clientes internacionais
- 7.3. Janelas de exploração, contratos e vendas internacionais
 - 7.3.1. Janelas de exploração
 - 7.3.2. Contratos de distribuição internacional
 - 7.3.3. Vendas internacionais
- 7.4. Marketing cinematográfico
 - 7.4.1. Marketing no cinema
 - 7.4.2. A cadeia de valor da produção cinematográfica
 - 7.4.3. Os meios de publicidade ao serviço da promoção
 - 7.4.4. As ferramentas de lançamento
- 7.5. A investigação do mercado do cinema
 - 7.5.1. Introdução
 - 7.5.2. Fase de pré-produção
 - 7.5.3. Fase de pós-produção
 - 7.5.4. Fase de comercialização
- 7.6. Redes sociais e promoção cinematográfica
 - 7.6.1. Introdução
 - 7.6.2. Promessas e limites das redes sociais
 - 7.6.3. Os Objetivos e a sua medição
 - 7.6.4. Calendário e estratégias de promoção
 - 7.6.5. Interpretar o que dizem as redes

- 7.7. Distribuição audiovisual na Internet I
 - 7.7.1. O novo mundo da distribuição audiovisual
 - 7.7.2. O processo de distribuição da Internet
 - 7.7.3. Os produtos e as possibilidades no novo cenário
 - 7.7.4. Novos modos de distribuição
- 7.8. Distribuição audiovisual na Internet II
 - 7.8.1. Chaves para o novo cenário
 - 7.8.2. Perigos de distribuição pela Internet
 - 7.8.3. O *Video on Demand* (VOD) como nova janela de distribuição
- 7.9. Novos espaços para a distribuição
 - 7.9.1. Introdução
 - 7.9.2. A revolução Netflix
- 7.10. Festivais de cinema
 - 7.10.1. Introdução
 - 7.10.2. O papel dos festivais de cinema na distribuição e exposição

Módulo 8. Géneros, formatos e programação televisiva

- 8.1. O género na televisão
 - 8.1.1. Introdução
 - 8.1.2. Os géneros de televisão
- 8.2. O formato na televisão
 - 8.2.1. Abordagem do conceito de formato
 - 8.2.2. Os formatos de televisão
- 8.3. Criar televisão
 - 8.3.1. O processo criativo no entretenimento
 - 8.3.2. O processo criativo na ficção
- 8.4. Evolução dos formatos no mercado internacional atual I
 - 8.4.1. A consolidação do formato
 - 8.4.2. O formato reality TV
 - 8.4.3. Novidades na *Reality TV*
 - 8.4.4. A Televisão Digital Terrestre e a crise financeira

- 8.5. Evolução dos formatos no mercado internacional atual II
 - 8.5.1. Os mercados emergentes
 - 8.5.2. Marcas globais
 - 8.5.3. A televisão reinventa-se
 - 8.5.4. A era da globalização
- 8.6. Vender o formato O *pitching*
 - 8.6.1. Venda de um formato de televisão
 - 8.6.2. O *pitching*
- 8.7. Introdução à programação televisiva
 - 8.7.1. O papel da programação
 - 8.7.2. Fatores que afetam a programação
- 8.8. Os modelos de programação televisiva
 - 8.8.1. Estados Unidos e Reino Unido
- 8.9. A prática profissional da programação televisiva
 - 8.9.1. O departamento de programação
 - 8.9.2. Programar para televisão
- 8.10. A Pesquisa das audiências
 - 8.10.1. A Pesquisa da audiências em televisão
 - 8.10.2. Conceitos e classificações de audiência

Módulo 9. O público audiovisual

- 9.1. As audiências nos meios audiovisuais
 - 9.1.1. Introdução
 - 9.1.2. A constituição das audiências
- 9.2. A Investigação do público: as tradições I
 - 9.2.1. Teoria dos efeitos
 - 9.2.2. A Teoria dos usos e recompensas
 - 9.2.3. Os estudos culturais
- 9.3. A Investigação das audiências: as tradições II
 - 9.3.1. Estudos da receção
 - 9.3.2. As Audiências para estudos humanistas

- 9.4. As Audiências de uma perspetiva económica
 - 9.4.1. Introdução
 - 9.4.2. A medição das audiências
- 9.5. Teorias de receção
 - 9.5.1. Introdução às teorias de receção
 - 9.5.2. Abordagem histórica dos estudos de receção
- 9.6. As audiências no mundo digital
 - 9.6.1. Ambiente digital
 - 9.6.2. Comunicação e cultura da convergência
 - 9.6.3. A natureza ativa das audiências
 - 9.6.4. Interatividade e participação
 - 9.6.5. A transnacionalidade das audiências
 - 9.6.6. As Audiências fragmentadas
 - 9.6.7. A autonomia das audiências
- 9.7. Audiências: as questões essenciais I
 - 9.7.1. Introdução
 - 9.7.2. Quem são?
 - 9.7.3. Porque é que consomem?
- 9.8. Audiências: as questões essenciais II
 - 9.8.1. O que é que consomem?
 - 9.8.2. Como é que consomem?
 - 9.8.3. Com que objetivo?
- 9.9. O modelo do *engagement* I
 - 9.9.1. O *engagement* como metadimensão do comportamento do público
 - 9.9.2. A complexa avaliação do *engagement*
- 9.10. O Modelo de *engagement* II
 - 9.10.1. Introdução. As dimensões do *engagement*
 - 9.10.2. O *engagement* e as experiências dos utilizadores
 - 9.10.3. El *engagement* como uma resposta emocional ás audiências
 - 9.10.4. El *engagement* como resultado da cognição humana
 - 9.10.5. Os comportamentos observáveis das audiências como expressão do *engagement*

Módulo 10. Guião de televisão: programas e ficção

- 10.1. Narrativa televisiva
 - 10.1.1. Conceitos e limites
 - 10.1.2. Códigos e estruturas
- 10.2. Categorias narrativas na televisão
 - 10.2.1. A enunciação
 - 10.2.2. Personagens
 - 10.2.3. Ações e transformações
 - 10.2.4. O espaço
 - 10.2.5. O tempo
- 10.3. Os géneros e formatos televisivos
 - 10.3.1. As unidades narrativas
 - 10.3.2. Os géneros e formatos televisivos
- 10.4. Formatos de ficção
 - 10.4.1. A ficção televisiva
 - 10.4.2. Sitcom
 - 10.4.3. As séries dramáticas
 - 10.4.4. A telenovela
 - 10.4.5. Outros formatos
- 10.5. O guião de ficção na televisão
 - 10.5.1. Introdução
 - 10.5.2. A técnica
- 10.6. O drama na televisão
 - 10.6.1. A série dramática
 - 10.6.2. A telenovela
- 10.7. As séries de comédia
 - 10.7.1. Introdução
 - 10.7.2. A *sitcom*
- 10.8. O guião de entretenimento
 - 10.8.1. O guião passo a passo

- 10.9. Escrita do guião de entretenimento
 - 10.9.1. Reunião do guião
 - 10.9.2. O guião técnico
 - 10.9.3. A Análise da produção
 - 10.9.4. O resumo
- 10.10. Conceção de guiões de entretenimento
 - 10.10.1. Magazin
 - 10.10.2. Programa de humor
 - 10.10.3. *Talent Show*
 - 10.10.4. Documental
 - 10.10.5. Outros formatos



Estude ao seu próprio ritmo, com a flexibilidade de um programa que combina a aprendizagem com outras profissões de uma forma confortável e real".

06

Metodologia

Este programa de capacitação oferece uma forma diferente de aprendizagem. A nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cíclico: o **Relearning**. Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas escolas médicas mais prestigiadas do mundo e tem sido considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações, tais como a *New England Journal of Medicine*.



“

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

Estudo de Caso para contextualizar todo o conteúdo

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

“

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



Terá acesso a um sistema de aprendizagem baseado na repetição, com ensino natural e progressivo ao longo de todo o programa de estudos.



Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este programa da TECH é um programa de ensino intensivo, criado de raiz, que propõe os desafios e decisões mais exigentes neste campo, tanto a nível nacional como internacional. Graças a esta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado, dando um passo decisivo para o sucesso. O método do caso, a técnica que constitui a base deste conteúdo, assegura que a realidade económica, social e profissional mais atual é seguida.

“

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

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

O método do caso tem sido o sistema de aprendizagem mais amplamente utilizado pelas melhores faculdades do mundo. Desenvolvido em 1912 para que os estudantes de direito não só aprendessem o direito com base no conteúdo teórico, o método do caso consistia em apresentar-lhes situações verdadeiramente complexas, a fim de tomarem decisões informadas e valorizarem juízos sobre a forma de as resolver. Em 1924 foi estabelecido como um método de ensino padrão em Harvard.

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

Relearning Methodology

A TECH combina eficazmente a metodologia do Estudo de Caso com um sistema de aprendizagem 100% online baseado na repetição, que combina 8 elementos didáticos diferentes em cada lição.

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

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

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

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



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

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

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

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



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



Material de estudo

Todos os conteúdos didáticos são criados especificamente para o Curso de Especialização, pelos especialistas que o irão lecionar, de modo a que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

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



Masterclasses

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

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



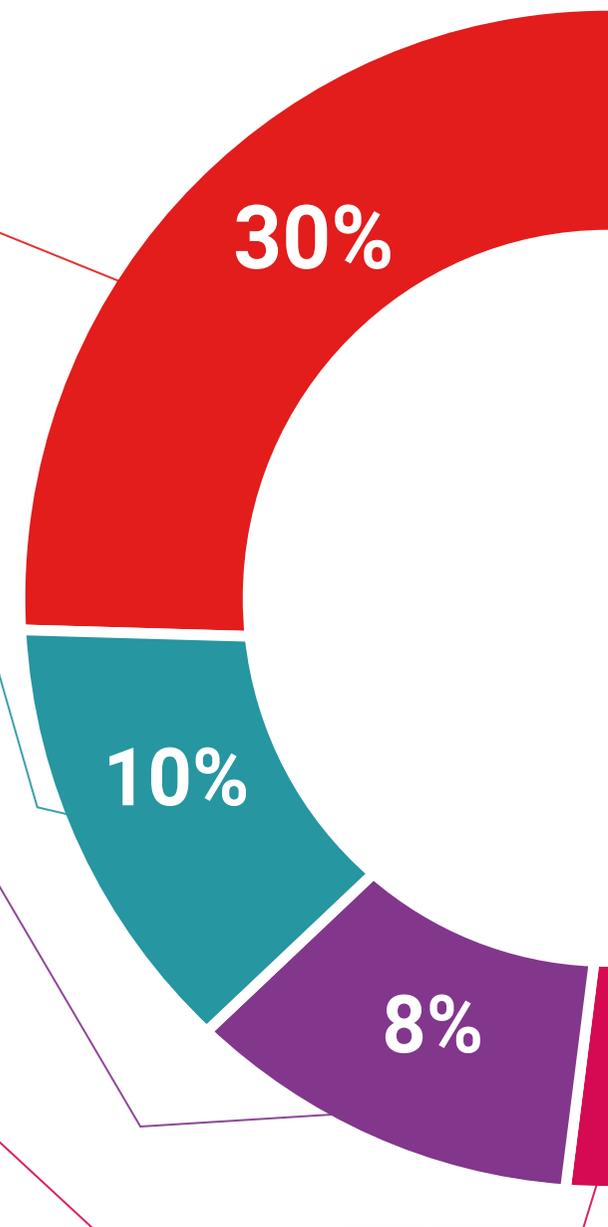
Estágios de aptidões e competências

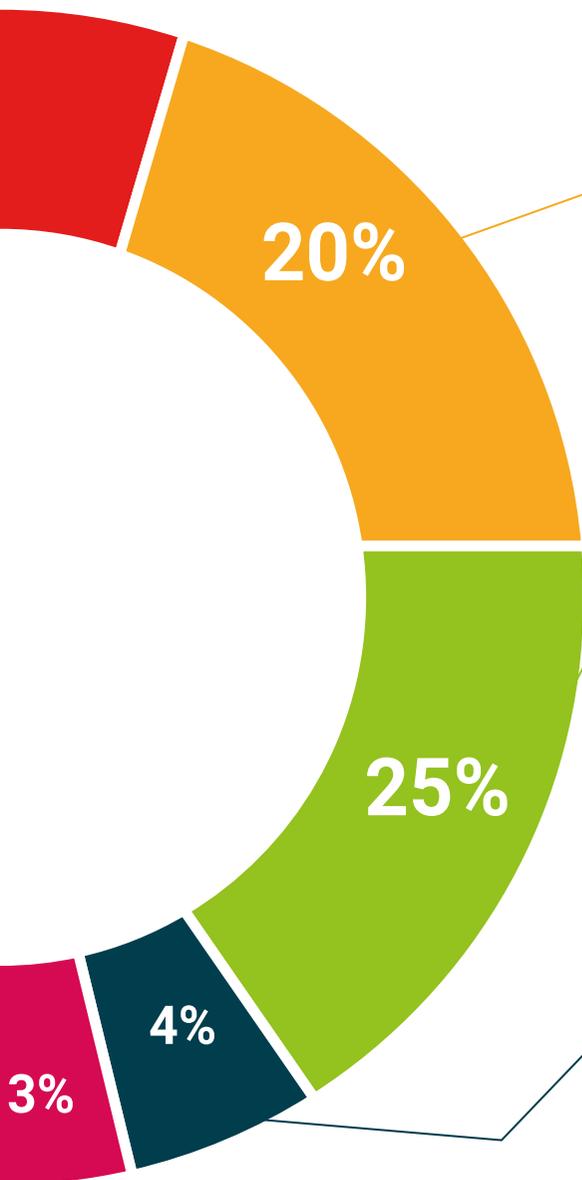
Exercerão atividades para desenvolver competências e aptidões específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e desenvolver as competências e capacidades que um especialista deve desenvolver no quadro da globalização em que vivemos.



Leituras complementares

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





Case studies

Completarão uma seleção dos melhores estudos de caso escolhidos especificamente para esta certificação. Casos apresentados, analisados e instruídos pelos melhores especialistas do panorama internacional.



Resumos interativos

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

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



Testing & Retesting

Os conhecimentos do aluno são periodicamente avaliados e reavaliados ao longo do Curso, por meio de atividades e exercícios de avaliação e autoavaliação, para que o aluno possa verificar o cumprimento dos seus objetivos.



07

Certificação

O Mestrado Próprio MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais garante, para além de um conteúdo mais rigoroso e atualizado, o acesso a um grau de Mestre emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

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

Este **Mestrado Próprio em MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais** conta com o conteúdo científico mais completo e atualizado do mercado. Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio, com aviso de receção, o certificado* correspondente ao título de **Estudio** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

Este certificado contribui significativamente para o desenvolvimento da capacitação continuada dos profissionais e proporciona um importante valor para a sua capacitação universitária, sendo 100% válido e atendendo aos requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de emprego, concursos públicos e avaliação de carreiras profissionais.

Certificação: **Mestrado Próprio em MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais**

Modalidade: **online**

Duração: **12 meses**

ECTS: **60 ECTS**



*Apostila de Haia: Caso o aluno solicite que o seu certificado seja apostilado, a TECH Universidade Tecnológica 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 sustentável

tech universidade
tecnológica

Mestrado Próprio
MBA em Gestão de
Empresas Audiovisuais

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Créditos: 60 ECTS
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online

Mestrado Próprio

MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais

