

Mestrado Próprio

MBA em Gestão de
Empresas Audiovisuais





Mestrado Próprio

MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

Acesso ao site: www.techtute.com/br/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. 42

06

Metodologia

pág. 54

07

Certificado

pág. 62

01

Apresentação

O audiovisual é uma indústria na qual a passagem do tempo se tornou um processo de fortalecimento e desenvolvimento inabalável. Atualmente, a proliferação de diversos espaços de trabalho e comunicação nesse setor determina uma necessidade extrema de capacitação específica para se manter no mercado e conquistar um nicho de negócio que garanta a viabilidade de um projeto. Este programa foi desenvolvido para oferecer a você um curso abrangente nessa área, com a credibilidade e a seriedade da maior instituição educacional online do mundo.





“

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

O setor audiovisual se desenvolve em um ritmo vertiginoso, se beneficiando intensamente das mudanças sociais, econômicas e culturais do ambiente internacional. A gestão neste contexto é a diretriz essencial para dar a qualquer projeto uma chance real de sucesso, no sentido prático do termo.

Para poder trabalhar nessa área de forma precisa e consistente, é necessário possuir uma bagagem pessoal de conhecimentos amplos, porém específicos, nas diferentes áreas e contextos do setor audiovisual.

Este Mestrado Próprio foi desenvolvido com o objetivo claro e específico de fornecer as ferramentas profissionais necessárias para organizar e gerenciar os processos de gestão das diferentes áreas de trabalho envolvidas. Com isso em mente, começaremos explorando os conceitos de indústria e cultura, estudando o jornalismo cultural e sua forma de funcionamento.

A parte técnica, focada na realização dos projetos, a partir de pontos de vista teóricos e práticos, irá conduzi-lo desde a ideia até a realização. Essa abordagem, que fornecerá o conhecimento teórico e a capacidade de aplicá-lo na prática, estará presente ao longo de toda a capacitação nas diferentes disciplinas. Dessa forma, tudo o que você aprender se transformará em habilidades reais de trabalho que permitirão aumentar intensamente sua capacidade. Assim, você aprenderá a estrutura do sistema audiovisual e a maneira como a produção desse tipo de conteúdo contempla o financiamento e a avaliação do investimento em termos de custos e benefícios.

Outro aspecto relevante se relaciona mais diretamente com o lado mais criativo do setor. Você aprenderá os princípios básicos que determinam a direção dos atores na ficção e a criação do discurso narrativo. Estes dados lhe permitirão fazer mais progressos em direção a uma compreensão da indústria cultural e dos novos modelos de comunicação que estão sendo desenvolvidos atualmente. Nesse sentido, é essencial ter um conhecimento aprofundado dos novos gêneros e formatos que estão sendo usados na TV. Um domínio que fornecerá a perspectiva necessária para que você se posicione de acordo com sua própria maneira de criar e atingir seu público-alvo.

Este **Mestrado Próprio em MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado. Suas principais características são:

- ♦ A mais recente tecnologia em software e-learning
- ♦ Sistema de ensino extremamente visual, apoiado por conteúdos gráficos e esquemáticos de fácil assimilação e compreensão
- ♦ Desenvolvimento de casos práticos apresentados por especialistas atuantes
- ♦ Sistemas de vídeo interativo de última geração
- ♦ Ensino apoiado na prática online
- ♦ Sistema contínuo de atualização
- ♦ Aprendizagem autorregulada: total compatibilidade com outras atividades
- ♦ Exercícios práticos para autoavaliação e verificação da aprendizagem
- ♦ Grupos de apoio e sinergias educacionais: perguntas ao especialista, fóruns de discussão e conhecimento
- ♦ Comunicação direta com o professor e trabalhos de reflexão individual
- ♦ Acesso a todo o conteúdo desde qualquer dispositivo fixo ou portátil com conexão à Internet
- ♦ Bancos de documentação complementar disponível permanentemente, inclusive após a conclusão do curso



Adquira as habilidades de um gestor especialista da indústria audiovisual"

“

Uma aprendizagem contextualizada e real que permitirá colocar o seu conhecimento em prática por meio de novas habilidades e competências”

Nosso corpo docente é composto por profissionais atuantes no mercado. Assim, garantimos que oferecemos a você a atualização educacional que pretendemos. Um time multidisciplinar de professores formados e experientes em diferentes ambientes, que desenvolverão o conhecimento teórico com eficiência, mas, acima de tudo, que colocarão a serviço do curso o conhecimento prático derivado de sua própria experiência: uma das qualidades diferenciais desta capacitação.

Este domínio do assunto é complementado pela eficácia do desenho metodológico deste MBA. Desenvolvida por uma equipe multidisciplinar de especialistas em e-learning, ela integra os últimos avanços da tecnologia educacional. Desta forma, você poderá estudar com um leque de ferramentas multimídia confortáveis e versáteis que lhe darão a operabilidade que você precisa na sua capacitação.

O programa se concentra na Aprendizagem Baseada em Problemas: uma abordagem que concebe a aprendizagem como um processo essencialmente prático. Para consegui-lo de forma remota, utilizaremos a prática online através de um sistema inovador de vídeo interativo e do *Learning from an Expert*. Assim, você irá adquirir o conhecimento como se estivesse vivenciando o que está aprendendo naquele momento. Um conceito que permite integrar e consolidar a aprendizagem de maneira mais realista e duradoura.

Os diferentes cenários da gestão da indústria audiovisual serão desenvolvidos com clareza e eficiência para impulsionar nossos alunos.

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



02 Objetivos

Os objetivos estabelecidos em cada um de nossos programas educacionais estão voltados para o impulso global do desenvolvimento dos nossos alunos, não só no campo acadêmico, no qual estabelecemos os mais altos padrões de qualidade, mas também no campo pessoal. Oferecemos a você um desenvolvimento educacional estimulante e flexível que proporciona a satisfação de concluir suas metas com eficácia.



“

Aprenda de forma eficiente e estimulante e alcance seus objetivos profissionais com a qualidade de um programa de estudos de alto impacto”



Objetivos gerais

- ♦ Ampliar o conhecimento e as informações do aluno e aprofundar o conhecimento no campo do jornalismo, mas, mais especificamente, no campo da gestão da Indústria Audiovisual
- ♦ Aprender a desempenhar as funções nesta área em um 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
- ♦ Conhecer a fundo a comunicação digital e o jornalismo cultural
- ♦ Saber identificar, criar e desenvolver histórias com os diferentes pontos que as abrangem, marcadas pelo rigor e pela marca pessoal
- ♦ Conhecer e desenvolver as diretrizes essenciais para a documentação no jornalismo cultural
- ♦ Conhecer, compreender e identificar novas questões no jornalismo, cultura e web 3.0
- ♦ Conhecer o uso de redes sociais no jornalismo cultural e em gêneros jornalísticos
- ♦ Saber como utilizar a informação através das redes sociais e desenvolver um plano de comunicação
- ♦ Desenvolver conteúdo específico dentro do jornalismo cultural em termos de posicionamento

Módulo 2. Teorias e técnica de produção

- ♦ Conhecer o ambiente de trabalho da equipe de produção: meios tecnológicos, rotinas técnicas e recursos humanos. O papel do cineasta em contextos profissionais: competências e responsabilidades
- ♦ Conhecer a jornada criativa da ideia, desde o roteiro até o produto na tela
- ♦ Aprender o básico dos elementos da encenação
- ♦ Ser capaz de analisar e prever os meios necessários com base em uma sequência
- ♦ Adquirir a capacidade de planejar sequências narrativas e documentais de acordo com os recursos disponíveis
- ♦ Conhecer as técnicas básicas de realização
- ♦ Identificar e fazer uso apropriado de ferramentas tecnológicas nas diferentes fases do processo audiovisual
- ♦ Aprender a colocar em prática os elementos e processos fundamentais da narração de histórias audiovisuais
- ♦ Conhecer as características, usos e necessidades de projetos audiovisuais multicâmaras
- ♦ Ser capaz de transferir programas de televisão do set para a tela
- ♦ Compreender as necessidades e vantagens do trabalho em equipe em projetos audiovisuais multicâmaras

Módulo 3. Estrutura do sistema audiovisual

- ♦ Conhecer as bases do funcionamento do sistema audiovisual (estabelecer conteúdos fundamentais, conhecer os autores/textos trabalhados em cada assunto)
- ♦ Adquirir a capacidade de análise teórica e crítica das estruturas organizacionais da comunicação audiovisual (compreender as principais ideias, relacionar conceitos e elementos)
- ♦ Aprofundar na estrutura histórica, econômico-política, social e tecnológica na qual os produtos audiovisuais são produzidos, distribuídos e consumidos
- ♦ Aprender sobre a natureza e as inter-relações entre os temas de comunicação audiovisual: autores, instituições, empresas, mídia, suportes e receptores
- ♦ Identificar os problemas e debates atuais relativos ao sistema audiovisual.

Módulo 4. Produção audiovisual

- ♦ Conhecer as origens históricas da produção audiovisual e sua evolução na sociedade contemporânea
- ♦ Identificar os conceitos teóricos que definem os processos de produção de obras audiovisuais
- ♦ Conhecer o marco legal e a legislação que ampara o setor de produção audiovisual e seu impacto sobre os diferentes formatos de produção
- ♦ Ser capaz de identificar o projeto de produção de uma obra audiovisual com base na análise de suas fontes de financiamento
- ♦ Identificar os diferentes elementos do orçamento de uma obra audiovisual.
- ♦ Indicar as decisões de produção a partir da cópia final de uma produção audiovisual
- ♦ Definir formas de exploração e comercialização de produções audiovisuais
- ♦ Identificar e classificar as equipes humanas e os meios técnicos apropriados e necessários para cada fase do projeto: pré-produção, filmagem, pós-produção
- ♦ Controlar o processo de amortização das produções audiovisuais

Módulo 5. Produção de ficção e Direção de Atores

- ♦ Proporcionar ao aluno os fundamentos teóricos e técnicos, bem como as habilidades instrumentais para enfrentar, do 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), assim como os elementos básicos da narração (imagem e som).
- ♦ Administrar adequadamente os modelos teóricos de construção narrativa, os mecanismos envolvidos na criação de histórias e sua articulação através da encenação, edição e pós-produção
- ♦ Conhecer de a encenação integral das produções audiovisuais de cinema e televisão, assumindo a responsabilidade pela direção dos atores e ajustando-se ao roteiro, plano de trabalho ou orçamento prévio
- ♦ Capacidade e habilidade para as tarefas de direção/realização de filmes de acordo com uma escaleta, um roteiro e plano de filmagem
- ♦ Relacionar o filme com outras artes pictóricas, como fotografia e pintura
- ♦ Analisar as diferenças entre a direção para teatro e para cinema, a fim de compreender as particularidades das línguas.
- ♦ Conhecer os métodos interpretativos e sua origem a fim de tornar a comunicação ator-diretor mais eficaz

Módulo 6. Indústrias culturais e novos modelos de negócios na comunicação

- ♦ Estudar as transformações ocorridas nas Indústrias Culturais na oferta e consumo de redes digitais, em seus aspectos econômicos, políticos e socioculturais
- ♦ Aprofundar nos desafios que o ambiente digital tem colocado aos modelos de negócios das empresas jornalísticas e outras indústrias culturais tradicionais
- ♦ Analisar e desenvolver estratégias inovadoras que contribuam para a melhoria nos processos de gestão e tomadas de decisão, bem como para o desenvolvimento de produtos de informação em conformidade com as necessidades do público e dos anunciantes

- ♦ Compreender as mudanças nos processos de organização e gerenciamento de recursos estratégicos, humanos, materiais e técnicos de novos negócios 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 exibição audiovisual e supervisão das amortizações.
- ♦ Compreender as estratégias de produção executiva no desenvolvimento e posterior distribuição de projetos audiovisuais
- ♦ Identificar o projeto de marketing de uma produção audiovisual através de seu impacto sobre os diferentes meios audiovisuais contemporâneos
- ♦ Conhecer a história e os problemas contemporâneos dos festivais de cinema.
- ♦ Identificar as diferentes categorias e modalidades de festivais de cinema
- ♦ Analisar e interpretar as lógicas econômicas, culturais e estéticas dos festivais de cinema locais, nacionais e globais

Módulo 8. Gêneros, formatos e programação em televisão

- ♦ Conhecer o conceito de gênero aplicado a produção de ficção e entretenimento televisivo
- ♦ Diferenciar e interpretar os diversos gêneros da produção de ficção e entretenimento televisivo e sua evolução ao longo do tempo
- ♦ Analisar os aspectos culturais, sociais e econômicos dos gêneros televisivos como elemento importante das práticas de criação e consumo audiovisual
- ♦ Conhecer as modificações e variações que ocorrem nos gêneros televisivos no contexto da televisão contemporânea
- ♦ Reconhecer os diferentes formatos no contexto do cenário atual da televisão
- ♦ Identificar as principais características de um formato, sua estrutura, funcionamento e fatores de impacto
- ♦ Saber interpretar, analisar e comentar sobre um formato de televisão a partir de uma perspectiva profissional, estética e cultural

- ♦ Conhecer as principais técnicas e processos de programação na televisão generalista.
- ♦ Compreender e analisar criticamente os processos de oferta de televisão, sua evolução e realidade atual, em relação ao fenômeno da recepção e aos contextos sociais e culturais nos quais ela é produzida

Módulo 9. O público audiovisual

- ♦ Conhecer, em um aspecto teórico, as correntes de estudos dedicadas à captação audiovisual
- ♦ Identificar as diferenças entre as diversas formas de abordar o estudo da receptividade audiovisual e o atual estado da arte
- ♦ Compreender o funcionamento das redes sociais como uma parte fundamental do ambiente audiovisual atual
- ♦ Entendendo os vínculos entre o público e o conteúdo
- ♦ Compreender as transformações provocadas pela digitalização

Módulo 10. Roteiro de televisão: programa e ficção

- ♦ Compreender o processo criativo e industrial no desenvolvimento de um roteiro de ficção para televisão
- ♦ Identificar os diferentes gêneros de programas televisivos com o objetivo de determinar as técnicas de roteiro requeridas
- ♦ Conhecer as diferentes ferramentas que um roteirista de televisão possui
- ♦ Aprender como se relaciona um formato de programa de televisão com suas técnicas de escrita
- ♦ Compreender as bases da dinâmica de um formato de programa de televisão
- ♦ Obter uma visão global das franquias internacional de formatos de programas de TV
- ♦ Utilizar um ponto de vista criterioso ao analisar os diversos gêneros e formatos de programas de televisão com base no seu roteiro
- ♦ Conhecer as formas de apresentar um projeto de roteiro para uma série de TV

Módulo 11. Liderança, Ética e Responsabilidade Social Corporativa

- ♦ Analisar o impacto da globalização na governança e no governo corporativo
- ♦ Avaliar a importância da liderança eficaz na direção e sucesso das empresas
- ♦ Definir as estratégias de gestão intercultural e sua relevância em ambientes empresariais diversos
- ♦ Desenvolver habilidades de liderança e entender os desafios atuais que os líderes enfrentam
- ♦ Determinar os princípios e práticas da ética empresarial e sua aplicação na tomada de decisões corporativas
- ♦ Estruturar estratégias para a implementação e melhoria da sustentabilidade e responsabilidade social nas empresas

Módulo 12. Gestão de Pessoas e Gestão de Talentos

- ♦ Determinar a relação entre a direção estratégica e a gestão de recursos humanos
- ♦ Explorar as competências necessárias para a gestão eficaz de recursos humanos por competências
- ♦ Explorar as metodologias para a avaliação de desempenho e a gestão do desempenho
- ♦ Integrar as inovações na gestão de talentos e seu impacto na retenção e fidelização de pessoal
- ♦ Desenvolver estratégias para a motivação e o desenvolvimento de equipes de alto desempenho
- ♦ Propor soluções eficazes para a gestão da mudança e a resolução de conflitos nas organizações



Módulo 13. Gestão Econômico-Financeira

- ♦ Analisar o ambiente macroeconômico e sua influência no sistema financeiro nacional e internacional
- ♦ Definir os sistemas de informação e Business Intelligence para a tomada de decisões financeiras
- ♦ Diferenciar decisões financeiras chave e a gestão de riscos na direção financeira
- ♦ Avaliar estratégias para o planejamento financeiro e a obtenção de financiamento empresarial

Módulo 14. Gestão Comercial e Marketing Estratégico

- ♦ Estruturar o quadro conceitual e a importância da direção comercial nas empresas
- ♦ Explorar os elementos e atividades fundamentais do marketing e seu impacto na organização
- ♦ Determinar as etapas do processo de planejamento estratégico de marketing
- ♦ Avaliar estratégias para melhorar a comunicação corporativa e a reputação digital da empresa

Módulo 15. Gestão Executiva

- ♦ Definir o conceito de General Management e sua relevância na direção de empresas
- ♦ Avaliar as funções e responsabilidades do executivo na cultura organizacional
- ♦ Analisar a importância da gestão de operações e da gestão da qualidade na cadeia de valor
- ♦ Desenvolver a comunicação interpessoal e as habilidades de falar em público para a formação de porta-vozes



Atinja seu objetivo de crescimento profissional com este MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais"

03

Competências

A diferença fundamental que nosso Mestrado Próprio traz para os alunos é o compromisso com a aquisição real de competências e habilidades que lhes permitem progredir em suas carreiras profissionais para níveis mais altos de qualidade. A excelência é um critério que você encontrará em todas as partes do programa e em todos os aspectos deste curso.



“

Adquira as habilidades necessárias para crescer em sua profissão, dominando todos os aspectos da gestão na indústria audiovisual"



Competências gerais

- ♦ Desenvolver a gestão global de um projeto de comunicação audiovisual em cada uma de suas vertentes, com controle completo dos diferentes agentes e processos envolvidos no mesmo

“

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





Competências específicas

- ♦ Descrever o que é jornalismo cultural
- ♦ Sabendo como lidar efetivamente com a rede 3.0
- ♦ Usar as redes sociais em um ambiente jornalístico
- ♦ Conhecer a composição das equipes de produção audiovisual.
- ♦ Organizar uma encenação
- ♦ Planificar ações narrativas ajustadas aos meios disponíveis.
- ♦ Dominando as diferentes fases do projeto audiovisual
- ♦ Utilizar o sistema multicâmeras
- ♦ Conhecer e aplicar as estruturas organizacionais da comunicação audiovisual.
- ♦ Sabendo como se adaptar aos padrões de consumo do momento
- ♦ Conhecer o código relacional dos diferentes agentes da comunicação audiovisual.
- ♦ Ter uma visão contextual
- ♦ Descrever a evolução histórica da produção audiovisual
- ♦ Conhecer o marco legal
- ♦ Criar produtos ajustados ao financiamento disponível
- ♦ Distribuir o orçamento para diferentes itens
- ♦ Conhecer os canais de distribuição

- ♦ Organizar as diferentes equipes humanas
- ♦ Planificar a amortização de produtos audiovisuais
- ♦ Produzir um produto audiovisual para diferentes meios
- ♦ Conhecer os diferentes processos criativos e produtivos
- ♦ Criar e supervisionar a criação de uma história audiovisual
- ♦ Executar um projeto audiovisual
- ♦ Dirigir um projeto audiovisual
- ♦ Dirigir os atores
- ♦ Ser capaz de se adaptar aos turnos de fornecimento e consumo
- ♦ Reconhecer os desafios do panorama digital
- ♦ Desenvolver estratégias inovadoras de gestão
- ♦ Saber como organizar a distribuição eficiente de um produto audiovisual
- ♦ Monitorar as amortizações de produtos
- ♦ Aplicar a organização executiva a estas tarefas
- ♦ Reconhecer os diferentes design de comercialização
- ♦ Explicar a situação atual do cinema neste contexto





- ♦ Reconhecer todos os gêneros da produção audiovisual
- ♦ Explicar a relação entre gêneros e dinâmica social
- ♦ Conhecer o estado atual do consumo televisivo
- ♦ Reconhecer as diferentes chaves comunicativas dos vários formatos em relação aos contextos culturais
- ♦ Definir as diferentes correntes de estudos no setor audiovisual
- ♦ Compreender o funcionamento das redes sob este 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 roteiro de ficção
- ♦ Saber que tipo de roteiro cada gênero precisa
- ♦ Conhecer o trabalho dos roteiristas de televisão
- ♦ Conhecer os diferentes formatos de franquias de televisão
- ♦ Apresentar um projeto de série de TV

04

Direção do curso

A TECH aposta continuamente na excelência acadêmica. Por isso, cada um de seus programas conta com equipes de professores de elevado prestígio. Esses especialistas possuem ampla experiência em seus campos profissionais e, ao mesmo tempo, alcançaram resultados significativos com suas pesquisas empíricas e trabalhos de campo. Além disso, esses profissionais desempenham um papel protagonista neste programa universitário, assumindo a responsabilidade de selecionar os conteúdos mais atualizados e inovadores para inclusão nos planos de estudos. Ao mesmo tempo, participam da elaboração de inúmeros recursos multimídia de alto rigor pedagógico.



“

Uma equipe de professores completa, formada por especialistas com vasta experiência, estará à sua disposição neste programa da TECH”

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"

Diretora Internacional Convidada

Com mais de 20 anos de experiência no design e na direção de equipes globais de **aquisição de talentos**, Jennifer Dove é especialista em **recrutamento e estratégia tecnológica**. Ao longo de sua carreira profissional, ocupou cargos de liderança em várias organizações tecnológicas dentro de empresas da lista **Fortune 50**, como **NBC Universal** e **Comcast**. Sua trajetória lhe permitiu se destacar em ambientes competitivos e de alto crescimento.

Como **Vice-presidente de Aquisição de Talentos na Mastercard**, ela é responsável por supervisionar a estratégia e a execução da incorporação de talentos, colaborando com líderes empresariais e responsáveis de **Recursos Humanos** para cumprir os objetivos operacionais e estratégicos de contratação. Em especial, seu objetivo é **criar equipes diversas, inclusivas e de alto desempenho** que impulsionem a inovação e o crescimento dos produtos e serviços da empresa. Além disso, é especialista no uso de ferramentas para atrair e reter os melhores profissionais de todo o mundo. Ela também se encarrega de **amplificar a marca empregadora** e a proposta de valor da **Mastercard** através de publicações, eventos e redes sociais.

Jennifer Dove demonstrou seu compromisso com o desenvolvimento profissional contínuo, participando ativamente de redes de profissionais de **Recursos Humanos** e contribuindo para a incorporação de inúmeros trabalhadores em diferentes empresas. Após obter sua graduação em **Comunicação Organizacional** pela Universidade de **Miami**, ocupou cargos de liderança em recrutamento em empresas de diversas áreas.

Por outro lado, foi reconhecida por sua habilidade em liderar transformações organizacionais, **integrar tecnologias nos processos de recrutamento** e desenvolver programas de liderança que preparam as instituições para os desafios futuros. Ela também implementou com sucesso programas de **bem-estar laboral** que aumentaram significativamente a satisfação e a retenção de funcionários.



Sra. Jennifer Dove

- Vice-presidente de Aquisição de Talentos na Mastercard, Nova York, Estados Unidos
- Diretora de Aquisição de Talentos na NBCUniversal, Nova York, Estados Unidos
- Responsável pela Seleção de Pessoal na Comcast
- Diretora de Seleção de Pessoal na Rite Hire Advisory
- Vice-presidente Executiva da Divisão de Vendas na Ardor NY Real Estate
- Diretora de Seleção de Pessoal na Valerie August & Associates
- Executiva de Contas na BNC
- Executiva de Contas na Vault
- Graduada em Comunicação Organizacional pela Universidade de Miami

“

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

Diretor Internacional Convidado

Líder tecnológico com décadas de experiência em **grandes multinacionais de tecnologia**, Rick Gauthier se destacou no campo dos **serviços em nuvem** e na melhoria de processos de ponta a ponta. Ele foi reconhecido como um líder e gestor de equipes altamente eficiente, mostrando um talento natural para garantir um alto nível de compromisso entre seus colaboradores.

Rick possui habilidades inatas em estratégia e inovação executiva, desenvolvendo novas ideias e apoiando seu sucesso com dados de qualidade. Sua trajetória na **Amazon** lhe permitiu administrar e integrar os serviços de TI da empresa nos Estados Unidos. Na **Microsoft** liderou uma equipe de 104 pessoas responsáveis por fornecer infraestrutura de TI corporativa e apoiar departamentos de engenharia de produtos em toda a companhia.

Essa experiência permitiu que Rick se destacasse como um executivo de alto impacto, com habilidades notáveis para aumentar a eficiência, a produtividade e a satisfação geral dos clientes.



Sr. Rick Gauthier

- Diretor Regional de TI na Amazon, Seattle, Estados Unidos
- Chefe de Programas Sênior na Amazon
- Vice-Presidente da Wimmer Solutions
- Diretor Sênior de Serviços de Engenharia Produtiva na Microsoft
- Graduado em Cibersegurança pela Western Governors University
- Certificado Técnico em *Mergulho Comercial* pelo Divers Institute of Technology
- Graduado em Estudos Ambientais pelo The Evergreen State College

“

Aproveite a oportunidade para conhecer os últimos avanços nesta área e aplicá-los em sua prática diária”

Diretor Internacional Convidado

Romi Arman é um renomado especialista internacional com mais de duas décadas de experiência em **Transformação Digital, Marketing, Estratégia e Consultoria**. Ao longo dessa trajetória extensa, assumiu diferentes riscos e é um **defensor permanente da inovação e mudança** no cenário empresarial. Com essa expertise, colaborou com diretores gerais e organizações corporativas de todo o mundo, incentivando-os a abandonar os modelos tradicionais de negócios. Assim, contribuiu para que empresas como a energética Shell se tornassem **verdadeiros líderes de mercado**, focadas em seus **clientes** e no **mundo digital**.

As estratégias desenvolvidas por Arman têm um impacto duradouro, pois permitiram a várias corporações **melhorar as experiências dos consumidores, funcionários e acionistas**. O sucesso desse especialista é quantificável por meio de métricas tangíveis como o **CSAT**, o **engajamento dos funcionários** nas instituições onde atuou e o crescimento do indicador financeiro **EBITDA** em cada uma delas.

Além disso, em sua trajetória profissional, nutriu e **liderou equipes de alto desempenho** que, inclusive, receberam prêmios por seu **potencial transformador**. Com a Shell, especificamente, o executivo sempre se propôs a superar três desafios: satisfazer as complexas **demandas de descarbonização** dos clientes, **apoiar uma “descarbonização rentável”** e **revisar um panorama fragmentado de dados, digital y tecnológico**. Assim, seus esforços evidenciaram que, para alcançar um sucesso sustentável, é fundamental partir das necessidades dos consumidores e estabelecer as bases para a transformação dos processos, dados, tecnologia e cultura.

Por outro lado, o diretor se destaca por seu domínio das **aplicações empresariais da Inteligência Artificial**, tema em que possui um pós-graduação da London Business School. Ao mesmo tempo, acumulou experiências em **IoT** e o **Salesforce**.



Sr. Romi Arman

- Diretor de Transformação Digital (CDO) na Shell, Londres, Reino Unido
- Diretor Global de Comércio Eletrônico e Atendimento ao Cliente na Shell
- Gerente Nacional de Contas Chave (fabricantes de equipamentos originais e varejistas de automóveis) para Shell em Kuala Lumpur, Malásia
- Consultor Sênior de Gestão (Setor de Serviços Financeiros) para Accenture em Singapura
- Graduado pela Universidade de Leeds
- Pós-graduação em Aplicações Empresariais de IA para Executivos Seniores pela London Business School
- Certificação Profissional em Experiência do Cliente CCXP
- Curso de Transformação Digital Executiva pelo IMD



Você deseja atualizar seus conhecimentos com a mais alta qualidade educacional? A TECH disponibiliza os conteúdos mais atualizados do mercado acadêmico, elaborados por especialistas de prestígio internacional"

Diretor Internacional Convidado

Manuel Arens é um profissional experiente em gerenciamento de dados e líder de uma equipe altamente qualificada. Atualmente, ele ocupa o cargo de **Gerente Global de Compras** na divisão de Infraestrutura Técnica e Centros de Dados da Google, onde construiu a maior parte de sua carreira profissional. Sediada em Mountain View, Califórnia, a empresa forneceu soluções para os desafios operacionais da gigante da tecnologia, como a **integridade de dados mestres**, as **atualizações de dados de fornecedores** e **priorização** desses dados. Ele liderou o planejamento da cadeia de suprimentos do data center e a avaliação de risco do fornecedor, gerando melhorias no processo e no gerenciamento do fluxo de trabalho que resultaram em economias de custo significativas.

Com mais de uma década de experiência fornecendo soluções digitais e liderança para empresas em diversas indústrias, ele possui uma ampla expertise em todos os aspectos da entrega de soluções estratégicas, abrangendo **marketing**, **análise de mídia**, **mensuração** e **atribuição**. De fato, ele recebeu vários reconhecimentos por seu trabalho, incluindo o **Prêmio de Liderança BIM**, o **Prêmio de Liderança em Pesquisa**, o **Prêmio de Programa de Geração de Leads de Exportação** e o **Prêmio de Melhor Modelo de Vendas da EMEA** (Europa, Oriente Médio e África).

Além disso, Arens atuou como **Gerente de Vendas** em Dublin, Irlanda. Nesse cargo, ele liderou a formação de uma equipe que cresceu de 4 para 14 membros em três anos, alcançando resultados significativos e promovendo uma colaboração eficaz tanto dentro da equipe de vendas quanto com equipes interfuncionais. Ele também atuou como **Analista Sênior** da Indústria, em Hamburgo, Alemanha, criando histórias para mais de 150 clientes usando ferramentas internas e de terceiros para apoiar a análise. Desenvolveu e escreveu relatórios detalhados para demonstrar domínio do assunto, incluindo uma compreensão dos **fatores macroeconômicos e políticos/regulatórios** que afetam a adoção e a difusão da tecnologia.

Também liderou equipes em empresas como **Eaton**, **Airbus** e **Siemens**, onde adquiriu valiosa experiência em gestão de contas e cadeia de suprimentos. Destaca-se especialmente seu trabalho para superar continuamente as expectativas através da **construção de relações valiosas com os clientes** e **trabalhando de forma fluida com pessoas em todos os níveis de uma organização**, incluindo stakeholders, gestão, membros da equipe e clientes. Seu enfoque orientado por dados e sua capacidade de desenvolver soluções inovadoras e escaláveis para os desafios da indústria o tornaram um líder proeminente em seu campo.



Sr. Manuel Arens

- Gerente Global de Compras no Google, Mountain View, Estados Unidos
- Responsável Principal de Análise e Tecnologia B2B no Google, Estados Unidos
- Diretor de Vendas no Google, Irlanda
- Analista Industrial Sênior no Google, Alemanha
- Gestor de Contas no Google, Irlanda
- Accounts Payable na Eaton, Reino Unido
- Gestor de Cadeia de Suprimentos na Airbus, Alemanha



*Escolha a TECH! Você
poderá acessar os melhores
materiais didáticos, na
vanguarda da tecnologia e da
educação, implementados
por especialistas de prestígio
internacional na área"*

Diretor Internacional Convidado

Andrea La Sala é um experiente executivo de Marketing cujos projetos tiveram um **impacto significativo** no setor da Moda. Ao longo de sua bem-sucedida carreira, desenvolveu diversas tarefas relacionadas a **Produtos, Merchandising e Comunicação**, sempre associado a marcas de prestígio como Giorgio Armani, Dolce&Gabbana, Calvin Klein, entre outras.

Os resultados desse executivo de **alto perfil internacional** estão ligados à sua comprovada capacidade de **sintetizar informações** em estruturas claras e executar **ações concretas** alinhadas com objetivos **empresariais específicos**. Além disso, é reconhecido por sua **proatividade** e **adaptação a ritmos acelerados** de trabalho. Este especialista também possui uma **forte consciência comercial**, **visão de mercado** e uma **verdadeira paixão pelos produtos**.

Como Diretor Global de Marca e Merchandising na Giorgio Armani, supervisionou diversas **estratégias de Marketing** para roupas e acessórios. Suas táticas foram centradas no **varejo** e nas **necessidades e comportamentos dos consumidores**. Neste cargo, La Sala também foi responsável pela comercialização de produtos em diferentes mercados, atuando como **chefe de equipe** nos departamentos de Design, Comunicação e Vendas.

Por outro lado, em empresas como Calvin Klein e Gruppo Coin, empreendeu projetos para impulsionar a **estrutura**, o **desenvolvimento** e a **comercialização de diferentes coleções**. Também criou **calendários eficazes** para **campanhas** de compra e venda, para campanhas gerenciando **termos, custos, processos e prazos de entrega** de diferentes operações.

Essas experiências tornaram Andrea La Sala um dos principais e mais qualificados **líderes corporativos** no setor da **Moda e Luxo**, com uma alta capacidade de implementação eficaz do **posicionamento positivo de diferentes marcas** e redefinição de indicadores-chave de desempenho (KPI).



Sr. Andrea La Sala

- Diretor Global de Marca e Merchandising Armani Exchange na Giorgio Armani, Milão, Itália
- Diretor de Merchandising na Calvin Klein
- Responsável de Marca no Gruppo Coin
- Brand Manager na Dolce&Gabbana
- Brand Manager na Sergio Tacchini S.p.A.
- Analista de Mercado na Fastweb
- Graduado em Business and Economics na Università degli Studi del Piemonte Orientale

“

Os profissionais internacionais mais qualificados e experientes estão à sua espera na TECH para proporcionar um ensino de alto nível, atualizado e baseado nas mais recentes evidências científicas. O que você está esperando para se matricular?"

Diretor Internacional Convidado

Mick Gram é sinônimo de inovação e excelência no campo da **Inteligência Empresarial** em âmbito internacional. Sua carreira de sucesso está associada a cargos de liderança em multinacionais como **Walmart** e **Red Bull**. Além disso, esse especialista se destaca por sua visão para **identificar tecnologias emergentes** que, a longo prazo, têm um impacto duradouro no ambiente corporativo.

O executivo é considerado um **pioneiro no uso de técnicas de visualização de dados** que simplificaram conjuntos complexos, tornando-os acessíveis e facilitadores da tomada de decisões. Essa habilidade se tornou o pilar de seu perfil profissional, transformando-o em um ativo desejado por muitas organizações que buscavam **reunir informações e gerar ações** concretas a partir delas.

Um de seus projetos mais destacados nos últimos anos foi a **plataforma Walmart Data Cafe**, a maior do tipo no mundo, ancorada na nuvem e destinada à **análise de Big Data**. Além disso, ele atuou como **Diretor de Business Intelligence** na **Red Bull**, abrangendo áreas como **Vendas, Distribuição, Marketing e Operações de Cadeia de Suprimento**. Sua equipe foi recentemente reconhecida por sua inovação constante no uso da nova API do Walmart Luminate para insights de Compradores e Canais.

Quanto à sua formação, o executivo possui vários Mestrados e estudos de pós-graduação em instituições renomadas como a **Universidade de Berkeley**, nos Estados Unidos, e a **Universidade de Copenhague**, na Dinamarca. Através dessa capacitação contínua, o especialista alcançou competências de vanguarda. Assim, ele se tornou considerado um **líder nato da nova economia mundial**, focada no impulso dos dados e suas possibilidades infinitas.



Sr. Mick Gram

- Diretor de *Business Intelligence* e Análise na Red Bull, Los Angeles, Estados Unidos
- Arquiteto de soluções de *Business Intelligence* para Walmart Data Cafe
- Consultor independente de *Business Intelligence* e *Data Science*
- Diretor de *Business Intelligence* na Capgemini
- Analista Chefe na Nordea
- Consultor Chefe de *Business Intelligence* para a SAS
- Educação Executiva em IA e Machine Learning na UC Berkeley College of Engineering
- MBA Executivo em e-commerce na Universidade de Copenhagen
- Graduação e Mestrado em Matemática e Estatística na Universidade de Copenhagen

“

Estude na melhor universidade online do mundo de acordo com a Forbes! Neste MBA, você terá acesso a uma extensa biblioteca de recursos multimídia, desenvolvida por professores de prestígio internacional”

Diretor Internacional Convidado

Scott Stevenson é um distinto especialista no setor de **Marketing Digital** que, por mais de 19 anos, esteve ligado a uma das empresas mais poderosas da indústria do entretenimento, a **Warner Bros. Discovery**. Neste papel, teve uma função fundamental na **supervisão da logística** e dos **fluxos de trabalho criativos** em diversas plataformas digitais, incluindo redes sociais, busca, display e meios lineares.

A liderança deste executivo foi crucial para impulsionar **estratégias de produção em meios pagos**, o que resultou em uma notável **melhoria nas taxas de conversão** da sua empresa. Ao mesmo tempo, assumiu outros cargos, como Diretor de Serviços de Marketing e Gerente de Tráfego na mesma multinacional durante sua antiga gestão.

Além disso, Stevenson esteve envolvido na distribuição global de videogames e **campanhas de propriedade digital**. Também foi responsável por introduzir estratégias operacionais relacionadas com a formação, finalização e entrega de conteúdo de som e imagem para **comerciais de televisão e trailers**.

Por outro lado, o especialista possui uma Graduação em Telecomunicações pela Universidade da Flórida e um Mestrado em Escrita Criativa pela Universidade da Califórnia, o que demonstra sua habilidade em **comunicação e narrativa**. Além disso, participou da Escola de Desenvolvimento Profissional da Universidade de Harvard em programas de vanguarda sobre o uso da **Inteligência Artificial** nos **negócios**. Assim, seu perfil profissional se destaca como um dos mais relevantes no campo atual do **Marketing** e dos **Meios Digitais**.



Sr. Scott Stevenson

- Diretor de Marketing Digital na Warner Bros. Discovery, Burbank, Estados Unidos
- Gerente de Tráfego na Warner Bros. Entertainment
- Mestrado em Escrita Criativa pela Universidade da Califórnia
- Graduação em Telecomunicações pela Universidade da Flórida

“

Alcance seus objetivos acadêmicos e profissionais com os especialistas mais qualificados do mundo! Os professores deste MBA irão orientá-lo ao longo de todo o processo de aprendizagem"

Diretor Internacional Convidado

O Dr. Eric Nyquist é um destacado profissional no âmbito esportivo internacional, que construiu uma carreira impressionante, destacando-se por sua **liderança estratégica** e habilidade para impulsionar mudanças e **inovação** em **organizações esportivas** de alto nível.

De fato, ele ocupou cargos de alto escalão, como **Diretor de Comunicações e Impacto** na **NASCAR**, sediada na **Florida, Estados Unidos**. Com muitos anos de experiência nesta organização, o Dr. Nyquist também ocupou várias posições de liderança, incluindo **Vice-Presidente Sênior de Desenvolvimento Estratégico** e **Diretor Geral de Assuntos Comerciais**, gerenciando mais de uma dúzia de disciplinas que vão desde o **desenvolvimento estratégico** até o **Marketing de entretenimento**.

Além disso, Nyquist deixou uma marca significativa nas **principais franquias esportivas** de Chicago. Como **Vice-Presidente Executivo** das franquias dos **Chicago Bulls** e dos **Chicago White Sox** ele demonstrou sua capacidade de impulsionar o **sucesso empresarial e estratégico** no mundo do **esporte profissional**.

Por último, é importante destacar que ele iniciou sua carreira no **campo esportivo** enquanto trabalhava em **Nova York** como **principal analista estratégico** para **Roger Goodell** na **National Football League (NFL)** e, anteriormente, como **estagiário jurídico** na **Federação de Futebol dos Estados Unidos**.



Sr. Eric Nyquist

- Diretor de Comunicações e Impacto na NASCAR, Flórida, Estados Unidos
- Vice-Presidente Sênior de Desenvolvimento Estratégico na NASCAR
- Vice-Presidente de Planejamento Estratégico na NASCAR
- Diretor Geral de Assuntos Comerciais na NASCAR
- Vice-Presidente Executivo nas Franquias Chicago White Sox
- Vice-Presidente Executivo nas Franquias Chicago Bulls
- Gerente de Planejamento Empresarial na National Football League (NFL)
- Assuntos Comerciais / Estagiário Jurídico na Federação de Futebol dos Estados Unidos
- Doutor em Direito pela Universidade de Chicago
- Mestrado em Administração de Empresas (MBA) pela Booth School of Business da Universidade de Chicago
- Formado em Economia Internacional pelo Carleton College



Com este programa universitário 100% online, você poderá conciliar seus estudos com suas atividades diárias, contando com o apoio de especialistas internacionais líderes na área do seu interesse. Faça sua matrícula hoje mesmo!"

05

Estrutura e conteúdo

O programa é configurado como um roteiro muito completo através de todos e cada um dos conhecimentos necessários para compreender e assumir as formas de trabalho neste campo. Com uma abordagem focada na aplicação prática que permitirá seu crescimento como profissional desde o início do curso.





“

Um programa de estudos abrangente focado na aquisição de conhecimento e na sua conversão em habilidades reais, criado para impulsionar você para a excelência”

Módulo 1. Jornalismo Cultural

- 1.1. O jornalismo cultural na mídia convencional e 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 de comunicação 3.0
- 1.5. Gestão da mídia e das redes sociais
- 1.6. Conteúdo jornalístico interativo
- 1.7. Paradigmas de comunicação
- 1.8. Posicionamento na web: SEO, SEM, SMO, SMM e SERM. Conteúdo jornalístico especializados

Módulo 2. Teorias e técnica de produção

- 2.1. A Produção como a construção da obra audiovisual. A equipe de trabalho
 - 2.1.1. Do roteiro literário até o roteiro técnico ou o playbill
 - 2.1.2. A equipe de trabalho
- 2.2. Os elementos da montagem em televisão. Os materiais da construção
 - 2.2.1. A pré-adaptação espacial. Direção artística
 - 2.2.2. Os elementos da montagem em televisão
- 2.3. A pré-produção. Os documentos da produção
 - 2.3.1. O roteiro técnico
 - 2.3.2. A planta cenográfica
 - 2.3.3. O *storyboard*
 - 2.3.4. Planejar
 - 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 de Iluminação básicas

- 2.6. Técnicas básicas de filmagem por uma única câmera
 - 2.6.1. Usos e técnicas de filmagem por uma única câmera
 - 2.6.2. O subgênero do *Found Footage*. Cinema de ficção e documentários
 - 2.6.3. Produção com uma única câmera na televisão
- 2.7. A montagem
 - 2.7.1. A montagem como encaixe. A reconstrução do espaço-tempo
 - 2.7.2. Técnicas de montagem não linear
- 2.8. Pós-produção e classificação por 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 equipe de execução
 - 2.9.1. Formatos com várias câmeras
 - 2.9.2. O estudo e a equipe
- 2.10. Chaves, técnicas e rotinas em filmagens multicâmeras
 - 2.10.1. Técnicas multicâmara
 - 2.10.2. Alguns formatos comuns

Módulo 3. Estrutura do sistema audiovisual

- 3.1. Uma introdução às Indústrias Culturais (I.C.)
 - 3.1.1. Conceitos de cultura. Cultura-Comunicação
 - 3.1.2. Teoria e evolução das I.C.: tipologia e modelos
- 3.2. Indústria cinematográfica I
 - 3.2.1. Características e principais agentes
 - 3.2.2. Estrutura do sistema cinematográfico
- 3.3. Indústria cinematográfica II
 - 3.3.1. A indústria cinematográfica estadunidense
 - 3.3.2. As produtoras independentes
 - 3.3.3. Problemas e debates na indústria cinematográfica
- 3.4. Indústria cinematográfica III
 - 3.4.1. A regulação cinematográfica Estado e cultura Políticas de proteção e promoção da cinematografia
 - 3.4.2. Estudo de caso

- 3.5. Indústria televisiva I
 - 3.5.1. A televisão econômica
 - 3.5.2. Modelos fundadores
 - 3.5.3. Transformações
- 3.6. Indústria televisiva II
 - 3.6.1. A indústria televisa norte-americana
 - 3.6.2. Principais características
 - 3.6.3. A regulação estatal
- 3.7. Indústria televisiva III
 - 3.7.1. Televisão do serviço público na Europa
 - 3.7.2. Crises e debates
- 3.8. Os eixos da mudança
 - 3.8.1. Novos processos no setor audiovisual
 - 3.8.2. Debates regulatórios
- 3.9. Televisão Digital Terrestre (TDT)
 - 3.9.1. O papel do Estado e experiências
 - 3.9.2. As novas características do sistema televisivo
- 3.10. Novos participantes na cena audiovisual
 - 3.10.1. Plataformas de serviços *Over-The-Top* (OTT)
 - 3.10.2. Consequências de sua aparição

Módulo 4. Produção audiovisual

- 4.1. A produção Audiovisual
 - 4.1.1. Conceitos de introdução
 - 4.1.2. A indústria audiovisual
- 4.2. A equipe de produção
 - 4.2.1. Os profissionais
 - 4.2.2. O produtos e o roteiro
- 4.3. O projeto audiovisual
 - 4.3.1. A 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 financiamento prévio
- 4.5. A equipe de produção e a divisão do roteiro
 - 4.5.1. A equipe de produção
 - 4.5.2. A divisão de roteiro
- 4.6. Os espaços de filmagem
 - 4.6.1. As locações
 - 4.6.2. Os sets
- 4.7. O elenco e os contratos de filmagem
 - 4.7.1. O elenco ou o casting
 - 4.7.2. O teste de elenco
 - 4.7.3. Contratos, direitos e seguros
- 4.8. O plano de trabalho e o orçamento do trabalho audiovisual
 - 4.8.1. O plano de trabalho
 - 4.8.2. O orçamento
- 4.9. A produção em filmagem ou gravação
 - 4.9.1. A preparação da filmagem
 - 4.9.2. A equipe e os recursos de filmagem
- 4.10. Pós-produção e o balance final do trabalho audiovisual
 - 4.10.1. A montagem e a pós-produção
 - 4.10.2. Balance final e exploração

Módulo 5. Produção de ficção e Direção de Atores

- 5.1. A produção de ficção
 - 5.1.1. Introdução
 - 5.1.2. O processo e suas ferramentas
- 5.2. A ótica e a câmera
 - 5.2.1. As ópticas e o enquadramento
 - 5.2.2. O movimento da câmera
 - 5.2.3. A continuidade

- 5.3. A luz e a cor: aspectos teóricos
 - 5.3.1. Exposição
 - 5.3.2. Teoria da cor
- 5.4. A iluminação no cinema
 - 5.4.1. Ferramentas
 - 5.4.2. A iluminação como narrativa
- 5.5. A cor e as ópticas
 - 5.5.1. O controle de cor
 - 5.5.2. As ópticas
 - 5.5.3. O Controles da imagem
- 5.6. O trabalho de filmagem
 - 5.6.1. A lista de planos
 - 5.6.2. A equipe de trabalho e suas devidas funções
- 5.7. Questões técnicas para a direção de cinema
 - 5.7.1. Os recursos da técnica
- 5.8. A visão dos diretores
 - 5.8.1. Os diretores têm a palavra
- 5.9. Transformações digitais
 - 5.9.1. Transformações analógico-digitais na fotografia cinematográfica
 - 5.9.2. O reinado da pós-produção digital
- 5.10. A direção dos 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 de negócios na 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. Da performance ao vivo às artes plásticas
 - 6.2.3. Museus e patrimônio

- 6.3. Os principais setores das indústrias culturais
 - 6.3.1. Os produtos editoriais
 - 6.3.2. As I.C. de fluxo
 - 6.3.3. Os 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. Meios digitais e meios de comunicação na era digital
 - 6.5.1. O negócio da imprensa online
 - 6.5.2. O rádio no ambiente digital
 - 6.5.3. Particularidades dos meios de comunicação na era digital
- 6.6. A globalização e a diversidade na Cultura
 - 6.6.1. Concentração, internacionalização e globalização das Indústrias Culturais
 - 6.6.2. A luta pela diversidade cultural
- 6.7. As Políticas culturais e de cooperação
 - 6.7.1. Políticas culturais
 - 6.7.2. O papel dos estados e dos países
- 6.8. A diversidade musical na nuvem
 - 6.8.1. O cenário atual do setor musical
 - 6.8.2. A nuvem
 - 6.8.3. Iniciativas latinas/ ibero-americanas
- 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. A oferta televisiva e a 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 agentes de distribuição
 - 7.1.3. Os produtos da comercialização
 - 7.1.4. As áreas de distribuição audiovisual
 - 7.1.5. Distribuição nacional
 - 7.1.6. Distribuição internacional
- 7.2. A empresa de distribuição
 - 7.2.1. A estrutura organizacional
 - 7.2.2. A negociação do contrato de distribuição
 - 7.2.3. Os clientes internacionais
- 7.3. Oportunidades de exploração, contratos e vendas internacionais
 - 7.3.1. Oportunidades de exploração
 - 7.3.2. Contratos de distribuição internacional
 - 7.3.3. As 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. A mídia publicitária a serviço da promoção
 - 7.4.4. As ferramentas para o lançamento
- 7.5. A pesquisa de mercado no 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 sua medição
 - 7.6.4. Calendário de promoção e estratégias
 - 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 da distribuição na 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 do novo cenário
 - 7.8.2. Os perigos da distribuição na internet
 - 7.8.3. O *Vídeo on Demand* (VOD) como nova oportunidade de distribuição
- 7.9. Novos espaços para distribuição
 - 7.9.1. Introdução
 - 7.9.2. A revolução Netflix
- 7.10. Os festivais de cinema
 - 7.10.1. Introdução
 - 7.10.2. O papel dos festivais de cinema na distribuição e exibição

Módulo 8. Gêneros, formatos e programação em televisão

- 8.1. O gêneros na televisão
 - 8.1.1. Introdução
 - 8.1.2. Os gêneros da televisão
- 8.2. Formatos em televisão
 - 8.2.1. Abordagem do conceito de formato
 - 8.2.2. Os formatos da televisão
- 8.3. A criação na 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 da telerrealidade
 - 8.4.3. Novidades em *Reality TV*
 - 8.4.4. A Televisão Digital Terrestre e a crise financeira

- 8.5. Evolução dos formatos no mercado internacional atual II
 - 8.5.1. Os mercados emergentes
 - 8.5.2. Marcas globais
 - 8.5.3. A televisão se reinventa
 - 8.5.4. A era da globalização.
- 8.6. Vender o formato. O *pitching*
 - 8.6.1. A venda de um formato televisivo
 - 8.6.2. O *pitching*
- 8.7. Introdução à programação televisiva
 - 8.7.1. A função 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
 - 8.8.2. Espanha
- 8.9. O exercício profissional da programação televisiva
 - 8.9.1. O departamento de programação
 - 8.9.2. Programar para televisão
- 8.10. O estudo das audiências
 - 8.10.1. Pesquisa de audiência na televisão
 - 8.10.2. Conceitos e índices 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. O estudo das audiências: as tradições I
 - 9.2.1. Teoria dos efeitos
 - 9.2.2. Teoria de usos e recompensas
 - 9.2.3. Os estudos culturais
- 9.3. O estudo das audiências: as tradições II
 - 9.3.1. Estudos sobre a recepção
 - 9.3.2. A audiência para os estudos humanistas

- 9.4. Audiências sob uma perspectiva econômica
 - 9.4.1. Introdução
 - 9.4.2. A medição das audiências
- 9.5. Teorias da recepção
 - 9.5.1. Introdução às teorias da recepção
 - 9.5.2. Uma abordagem histórica dos estudos de recepção
- 9.6. As audiências no mundo digital
 - 9.6.1. O ambiente digital
 - 9.6.2. Comunicação e cultura da convergência
 - 9.6.3. A característica 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. Audiência: as principais perguntas I
 - 9.7.1. Introdução
 - 9.7.2. Quem é a audiência?
 - 9.7.3. Por que consome?
- 9.8. Audiência: as principais perguntas II
 - 9.8.1. O que a audiência consome?
 - 9.8.2. Como consome?
 - 9.8.3. Com que finalidade?
- 9.9. O modelo de *engajamento* I
 - 9.9.1. O *engajamento* como metadimensão do comportamento das audiências
 - 9.9.2. O valor completo do *engajamento*
- 9.10. O modelo de *engajamento* II
 - 9.10.1. Introdução. As dimensões do *engajamento*
 - 9.10.2. O *engajamento* e as experiências dos usuários
 - 9.10.3. O *engajamento* como resposta emocional das audiências
 - 9.10.4. O *engajamento* como resultado de cognição humana
 - 9.10.5. Os comportamento observáveis das audiências como expressão do *engajamento*

Módulo 10. Roteiro de televisão: programa 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. O enunciado
 - 10.2.2. Personagens
 - 10.2.3. Ações e transformações
 - 10.2.4. Espaço
 - 10.2.5. O tempo
- 10.3. Gêneros e formatos televisivo
 - 10.3.1. Unidades narrativas
 - 10.3.2. Gêneros e formatos televisivo
- 10.4. Formatos de ficção
 - 10.4.1. A ficção televisiva
 - 10.4.2. A sitcom
 - 10.4.3. As séries dramáticas
 - 10.4.4. A novela
 - 10.4.5. Outros formatos
- 10.5. O roteiro de ficção na televisão
 - 10.5.1. Introdução
 - 10.5.2. A técnica
- 10.6. O drama em televisão
 - 10.6.1. As séries dramáticas
 - 10.6.2. A novela
- 10.7. As séries de comédia
 - 10.7.1. Introdução
 - 10.7.2. A sitcom
- 10.8. O roteiro do entretenimento
 - 10.8.1. O roteiro passo a passo

- 10.9. Redação de roteiros de entretenimento
 - 10.9.1. Reunião de roteiro
 - 10.9.2. O roteiro técnico
 - 10.9.3. A divisão da produção
 - 10.9.4. Step Outline
- 10.10. Desenho de roteiros de entretenimento
 - 10.10.1. Talk Show
 - 10.10.2. Programa de humor
 - 10.10.3. *Show de talentos*
 - 10.10.4. Documentário
 - 10.10.5. Outros formatos

Módulo 11. Liderança, Ética e Responsabilidade Social Corporativa

- 11.1. Globalização e Governança
 - 11.1.1. Governança e Governo Corporativo
 - 11.1.2. Fundamentos da Governança Corporativa em empresas
 - 11.1.3. O papel do Conselho de Administração na estrutura da Governança Corporativa
- 11.2. Liderança
 - 11.2.1. Liderança. Uma abordagem conceitual
 - 11.2.2. Liderança nas Empresas
 - 11.2.3. A importância do líder na direção de empresas
- 11.3. *Cross Cultural Management*
 - 11.3.1. Conceito de *Cross Cultural Management*
 - 11.3.2. Contribuições para o conhecimento das culturas nacionais
 - 11.3.3. Gestão de Diversidade
- 11.4. Desenvolvimento de gestão e liderança
 - 11.4.1. Conceito de desenvolvimento gerencial
 - 11.4.2. Conceito de liderança
 - 11.4.3. Teorias de liderança
 - 11.4.4. Estilos de liderança
 - 11.4.5. Inteligência na liderança
 - 11.4.6. Os desafios da liderança atualmente

- 11.5. Ética empresarial
 - 11.5.1. Ética e moral
 - 11.5.2. Ética empresarial
 - 11.5.3. Liderança e ética nas empresas
- 11.6. Sustentabilidade
 - 11.6.1. Sustentabilidade e desenvolvimento sustentável
 - 11.6.2. Agenda 2030
 - 11.6.3. Empresas Sustentáveis
- 11.7. Responsabilidade Social da Empresa
 - 11.7.1. Dimensão Internacional da Responsabilidade Social das Empresas
 - 11.7.2. Implementação da Responsabilidade Social da Empresa
 - 11.7.3. Impacto e Medição da Responsabilidade Social da Empresa
- 11.8. Sistemas e ferramentas de gerenciamento responsável
 - 11.8.1. RSC: Responsabilidade social corporativa
 - 11.8.2. Aspectos essenciais para implementar uma estratégia de gestão responsável
 - 11.8.3. Passos para a implementação de um sistema de gestão de responsabilidade social corporativa
 - 11.8.4. Ferramentas e padrões de Responsabilidade Social Corporativa (RSC)
- 11.9. Multinacionais e direitos humanos
 - 11.9.1. Globalização, empresas multinacionais e direitos humanos
 - 11.9.2. Empresas multinacionais perante o direito internacional
 - 11.9.3. Instrumentos jurídicos para multinacionais em matéria de direitos humanos
- 11.10. Entorno legal e *Corporate Governance*
 - 11.10.1. Regras internacionais de importação e exportação
 - 11.10.2. Propriedade intelectual e industrial
 - 11.10.3. Direito Internacional do Trabalho

Módulo 12. Gestão de Pessoas e Gestão de Talentos

- 12.1. Gestão estratégica de pessoas
 - 12.1.1. Gestão estratégica e recursos humanos
 - 12.1.2. Gestão estratégica de pessoas
- 12.2. Gestão de recursos humanos por competências
 - 12.2.1. Análise do potencial
 - 12.2.2. Política de remuneração
 - 12.2.3. Planos de carreira/sucessão
- 12.3. Avaliação de performance e gestão de desempenho
 - 12.3.1. Gestão de desempenho
 - 12.3.2. Gestão de desempenho: objetivos e processo
- 12.4. Inovação na gestão de talento e de pessoas
 - 12.4.1. Modelos de gestão de talento estratégico
 - 12.4.2. Identificação, capacitação e desenvolvimento de talento
 - 12.4.3. Lealdade e retenção
 - 12.4.4. Proatividade e inovação
- 12.5. Motivação
 - 12.5.1. A natureza da motivação
 - 12.5.2. Teoria das expectativas
 - 12.5.3. Teorias de necessidades
 - 12.5.4. Motivação e compensação financeira
- 12.6. Desenvolvimento de equipes de alto desempenho
 - 12.6.1. Os times de alto desempenho: os times autogerenciados
 - 12.6.2. Metodologias de gestão de times autogerenciados de alto desempenho
- 12.7. Gestão de mudanças
 - 12.7.1. Gestão de mudanças
 - 12.7.2. Tipo de processos na gestão de mudanças
 - 12.7.3. Estágios ou fases na gestão de mudanças
- 12.8. Negociação e gestão de conflitos
 - 12.8.1. Negociação
 - 12.8.2. Gestão de conflitos
 - 12.8.3. Gestão de crises
- 12.9. Comunicação gerencial
 - 12.9.1. Comunicação interna e externa no nível empresarial
 - 12.9.2. Departamento de Comunicação
 - 12.9.3. O responsável pelas comunicações da empresa. O perfil do Dircom (Diretor de Comunicação)
- 12.10. Produtividade, atração, retenção e ativação de talentos
 - 12.10.1. Produtividade
 - 12.10.2. Estratégias de atração e retenção de talentos



Módulo 13. Gestão Econômico-Financeira

- 13.1. Ambiente Econômico
 - 13.1.1. Ambiente macroeconômico e sistema financeiro nacional
 - 13.1.2. Instituições financeiras
 - 13.1.3. Mercados financeiros
 - 13.1.4. Ativos financeiros
 - 13.1.5. Outras entidades do setor financeiro
- 13.2. Contabilidade Gerencial
 - 13.2.1. Conceitos básicos
 - 13.2.2. O Ativo da empresa
 - 13.2.3. O Passivo da empresa
 - 13.2.4. O Patrimônio Líquido da empresa
 - 13.2.5. A Demonstração de Resultados
- 13.3. Sistemas de informação e *Business Intelligence*
 - 13.3.1. Fundamentos e classificação
 - 13.3.2. Fases e métodos de alocação de custos
 - 13.3.3. Escolha do centro de custo e efeito
- 13.4. Orçamento e Controle de Gestão
 - 13.4.1. O modelo orçamentário
 - 13.4.2. O orçamento de capital
 - 13.4.3. O orçamento operacional
 - 13.4.5. Orçamento de Tesouraria
 - 13.4.6. Controle orçamentário
- 13.5. Gestão Financeira
 - 13.5.1. As decisões financeiras da empresa
 - 13.5.2. O departamento financeiro
 - 13.5.3. Excedentes de tesouraria
 - 13.5.4. Riscos associados à gestão financeira
 - 13.5.5. Gestão de riscos na direção financeira
- 13.6. Planejamento Financeiro
 - 13.6.1. Definição do planejamento financeiro
 - 13.6.2. Ações a serem realizadas no planejamento financeiro
 - 13.6.3. Criação e estabelecimento da estratégia empresarial
 - 13.6.4. Demonstrativo de *Cash Flow*
 - 13.6.5. Demonstrativo de Capital Circulante

- 13.7. Estratégia Financeira Corporativa
 - 13.7.1. Estratégia corporativa e fontes de financiamento
 - 13.7.2. Produtos financeiros para financiamento empresarial
- 13.8. Financiamento Estratégico
 - 13.8.1. Autofinanciamento
 - 13.8.2. Aumento de fundos próprios
 - 13.8.3. Recursos Híbridos
 - 13.8.4. Financiamento por meio de intermediários
- 13.9. Análise e planejamento financeiro
 - 13.9.1. Análise de Balanço de Situação
 - 13.9.2. Análise da Conta de Lucros e Perdas
 - 13.9.3. Análise de Rentabilidade
- 13.10. Análise e resolução de casos/problemas
 - 13.10.1. Informações financeiras da Indústria de Design e Têxtil, S.A. (INDITEX)

Módulo 14. Gestão Comercial e Marketing Estratégico

- 14.1. Gestão Comercial
 - 14.1.1. Estrutura Conceitual para Gestão Comercial
 - 14.1.2. Estratégia e Planejamento Comercial
 - 14.1.3. O papel dos gerentes comerciais
- 14.2. Marketing
 - 14.2.1. Conceito de Marketing
 - 14.2.2. Noções básicas de marketing
 - 14.2.3. Atividades de marketing da empresa
- 14.3. Gestão estratégica de Marketing
 - 14.3.1. Conceito de marketing estratégico
 - 14.3.2. Conceito de planejamento estratégico de marketing
 - 14.3.3. Etapas do processo de planejamento estratégico de marketing
- 14.4. Marketing digital e e-commerce
 - 14.4.1. Objetivos do Marketing digital e e-Commerce
 - 14.4.2. Marketing Digital e os meios que utiliza
 - 14.4.3. Comércio eletrônico: contexto geral
 - 14.4.4. Categorias do comércio eletrônico
 - 14.4.5. Vantagens e desvantagens do *E-commerce* em relação ao comércio tradicional
- 14.5. Marketing digital para fortalecer a marca
 - 14.5.1. Estratégias online para melhorar a reputação da sua marca
 - 14.5.2. *Branded Content & Storytelling*
- 14.6. Marketing digital para atrair e reter clientes
 - 14.6.1. Estratégias de fidelização e engajamento via internet
 - 14.6.2. *Visitor Relationship Management*
 - 14.6.3. Hipersegmentação
- 14.7. Gerenciamento de campanhas digitais
 - 14.7.1. O que é uma campanha de publicidade digital?
 - 14.7.2. Passos para lançar uma campanha de marketing online
 - 14.7.3. Erros comuns em campanhas de publicidade digital
- 14.8. Estratégia de Vendas
 - 14.8.1. Estratégia de Vendas
 - 14.8.2. Métodos de Vendas
- 14.9. Comunicação Corporativa
 - 14.9.1. Conceito
 - 14.9.2. Importância da comunicação na organização
 - 14.9.3. Tipo de comunicação na organização
 - 14.9.4. Função da comunicação na organização
 - 14.9.5. Elementos da comunicação
 - 14.9.6. Problemas de comunicação
 - 14.9.7. Cenários da comunicação
- 14.10. Comunicação e reputação digital
 - 14.10.1. Reputação online
 - 14.10.2. Como medir a reputação digital?
 - 14.10.3. Ferramentas de reputação online
 - 14.10.4. Relatório de reputação online
 - 14.10.5. *Branding* online

Módulo 15. Gestão Executiva

- 15.1. Management
 - 15.1.1. Conceito de Geral Management
 - 15.1.2. A ação do gerente geral
 - 15.1.3. O Gerente Geral e suas funções
 - 15.1.4. Transformando o trabalho de gestão
- 15.2. Gestores e suas funções A cultura organizacional e suas abordagens
 - 15.2.1. Gestores e suas funções A cultura organizacional e suas abordagens
- 15.3. Gestão operacional
 - 15.3.1. Importância da gestão
 - 15.3.2. A cadeia de valor
 - 15.3.3. Gestão de Qualidade
- 15.4. Oratória e capacitação do porta-voz
 - 15.4.1. Comunicação interpessoal
 - 15.4.2. Habilidades de comunicação e influência
 - 15.4.3. Obstáculos à comunicação
- 15.5. Ferramentas de comunicações pessoais e organizacionais
 - 15.5.1. A comunicação interpessoal
 - 15.5.2. Ferramentas da comunicação interpessoal
 - 15.5.3. A comunicação na organização
 - 15.5.4. Ferramentas na organização
- 15.6. Comunicação em situações de crise
 - 15.6.1. Crise
 - 15.6.2. Fases da crise
 - 15.6.3. Mensagens: conteúdo e momentos
- 15.7. Preparando um plano de crise
 - 15.7.1. Análise de problemas potenciais
 - 15.7.2. Planejamento
 - 15.7.3. Adequação de pessoal
- 15.8. Inteligência emocional
 - 15.8.1. Inteligência emocional e comunicação
 - 15.8.2. Assertividade, Empatia e Escuta Ativa
 - 15.8.3. Autoestima e Comunicação Emocional

- 15.9. Branding personal
 - 15.9.1. Estratégias para o branding pessoal
 - 15.9.2. Leis de branding pessoal
 - 15.9.3. Ferramentas pessoais de construção de marca
- 15.10. Liderança e gestão de equipes
 - 15.10.1. Liderança e estilos de liderança
 - 15.10.2. Competências e desafios do líder
 - 15.10.3. Gestão de processos de Mudança
 - 15.10.4. Gestão de Equipes Multiculturais



Estude em seu ritmo próprio, com a flexibilidade de um programa que combina o aprendizado com outras ocupações de uma maneira confortável e real"

06

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

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.

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

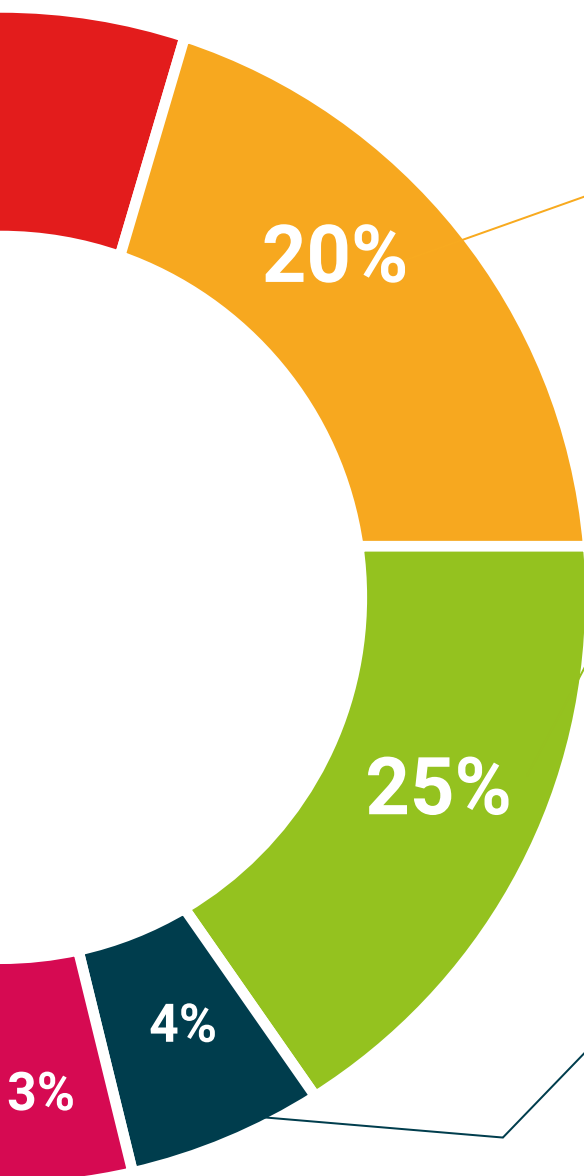
Serão realizadas atividades para desenvolver competências e habilidades específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e ampliar as competências e habilidades que um especialista precisa desenvolver no contexto globalizado em que vivemos.



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.



07

Certificado

O Mestrado Próprio em MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais garante, além da capacitação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um título de Mestrado Próprio emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

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

Este **Mestrado Próprio MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado.

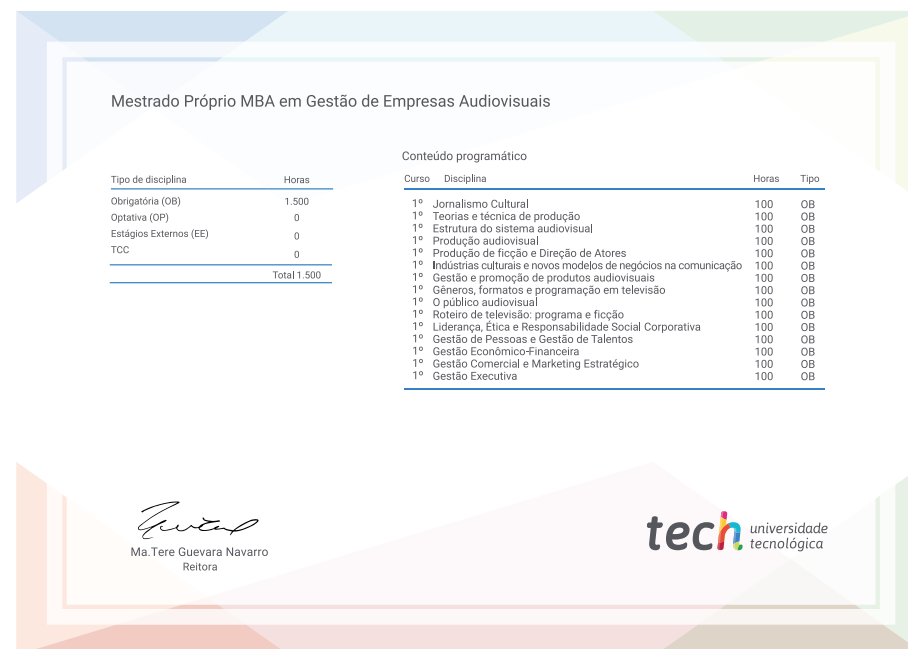
Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado* correspondente ao título de **Mestrado Próprio** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

O certificado emitido pela **TECH Universidade Tecnológica** expressará a qualificação obtida no Mestrado Próprio, atendendo aos requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de empregos, concursos públicos e avaliação de carreira profissional.

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

Modalidade: **online**

Duração: **12 meses**



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



Mestrado Próprio
MBA em Gestão de
Empresas Audiovisuais

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

Mestrado Próprio

MBA em Gestão de
Empresas Audiovisuais

