

Experto Universitario

Audiencias y Recepción
del Producto Audiovisual



tech
universidad



Experto Universitario

Audiencias y Recepción del Producto Audiovisual

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 6 meses
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: www.techtitute.com/periodismo-comunicacion/experto-universitario/experto-audiencias-recepcion-producto-audiovisual

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Estructura y contenido

pág. 12

04

Metodología de estudio

pág. 18

05

Titulación

pág. 28

01

Presentación

Conocer al público, sus evoluciones y su cambiante identidad en cuanto al consumo audiovisual es el elemento clave para conseguir que cualquier productos de esta industria tenga el impacto deseado en la audiencia. Este programa llevará al estudiante al aprendizaje más completo en este tema y en los relacionados con la recepción de los productos audiovisuales, en una titulación de la más alta calidad; la seña de identidad de todos los programas de TECH.



“

Aprende a conocer y reconocer los flujos de consumo del público del audiovisual y aporta a tu trabajo la capacidad de generar productos de éxito en este sector”

Cualquier producto audiovisual nace con el objetivo de ser consumido por un público. Esto se convierte en el desafío que mueve toda la construcción del proyecto y se configura de manera dinámica en cada una de las ocasiones.

Este dinamismo se basa en los cambiantes flujos de consumo que el público va mostrando a lo largo del tiempo y que definen los gustos de los diferentes sectores. El producto audiovisual se ve obligado a adaptarse a estos escenarios de manera constante para tener la capacidad de llegar a los objetivos deseados.

A lo largo de esta titulación se analizará cómo se configura este comportamiento del público y las audiencias y cuáles son los ajustes y adaptaciones que el profesional de este sector debe llevar a cabo para crear productos competitivos y de calidad.



La inevitable dictadura de las audiencias desveladas en todos los aspectos que el profesional del medio audiovisual debe conocer para competir”

Este **Experto Universitario en Audiencias y Recepción del Producto Audiovisual** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- » Última tecnología en software de enseñanza online
- » Sistema docente intensamente visual, apoyado en contenidos gráficos y esquemáticos de fácil asimilación y comprensión
- » Desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en activo
- » Sistemas de vídeo interactivo de última generación
- » Enseñanza apoyada en la telepráctica
- » Sistemas de actualización y reciclaje permanente
- » Aprendizaje autorregulable: total compatibilidad con otras ocupaciones
- » Ejercicios prácticos de autoevaluación y constatación de aprendizaje
- » Grupos de apoyo y sinergias educativas: preguntas al experto, foros de discusión y conocimiento
- » Comunicación con el docente y trabajos de reflexión individual
- » Disponibilidad de los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet
- » Bancos de documentación complementaria disponible permanentemente, incluso después del programa

“

Un aprendizaje contextualizado y real que te permitirá llevar a la práctica tus aprendizajes a través de nuevas habilidades y competencias”

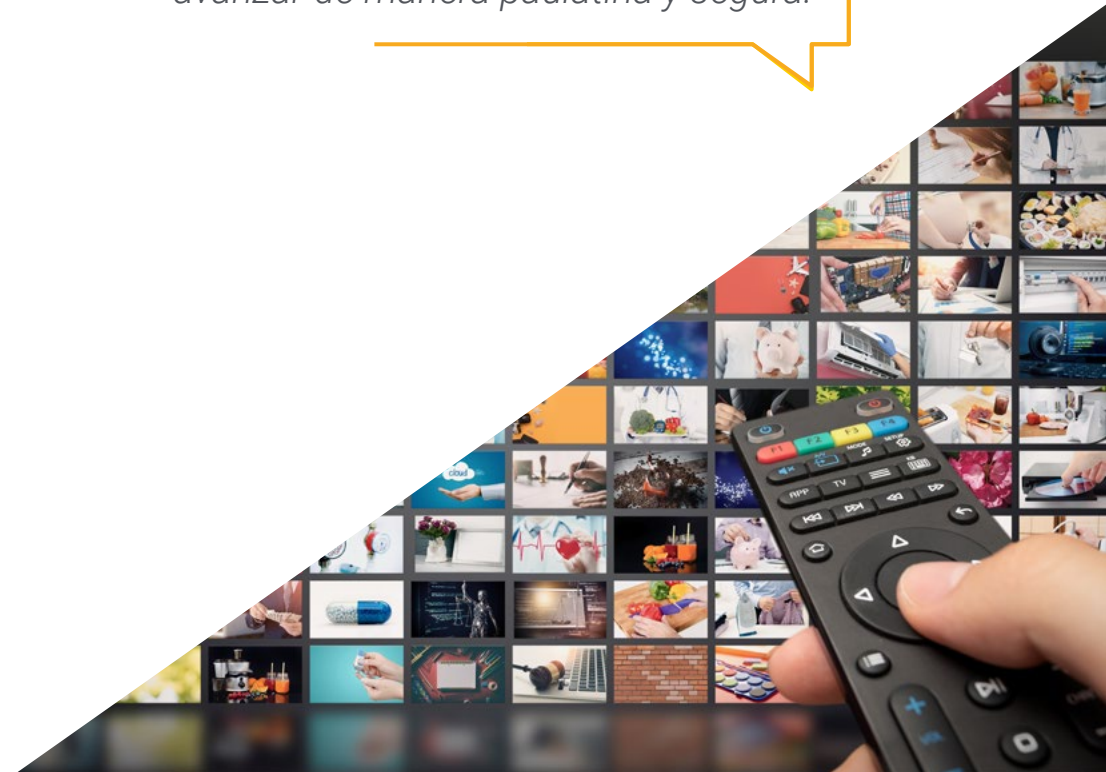
El personal docente está integrado por profesionales en activo. De esta manera TECH se asegura de ofrecer el objetivo de actualización que pretende. Un cuadro multidisciplinar de profesores capacitados y experimentados en diferentes entornos, que desarrollarán los conocimientos teóricos, de manera eficiente, pero, sobre todo, pondrán al servicio del programa los conocimientos prácticos derivados de su propia experiencia: una de las cualidades diferenciales de esta capacitación.

Este dominio de la materia se complementa con la eficacia del diseño metodológico de este programa. Elaborado por un equipo multidisciplinario de expertos en *e-Learning* integra los últimos avances en tecnología educativa. De esta manera, se podrá estudiar con un elenco de herramientas multimedia cómodas y versátiles que le darán al estudiante la operatividad que necesita en su capacitación.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas: un planteamiento que concibe el aprendizaje como un proceso eminentemente práctico. Para conseguirlo de forma remota, TECH usará la telepráctica: con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo, y el *learning from an expert* el estudiante podrá adquirir los conocimientos como si estuviese enfrentándose al supuesto que está aprendiendo en ese momento. Un concepto que le permitirá integrar y fijar el aprendizaje de una manera más realista y permanente.

El estudio de las Audiencias y la Recepción del Producto Audiovisual en una capacitación de alto interés para el profesional de esta área.

Un programa práctico y real que te permitirá avanzar de manera paulatina y segura.



02 Objetivos

Los objetivos que TECH se propone en cada uno de sus programas educativos están centrados en lograr un impulso global al desarrollo de sus alumnos, no solo en el terreno académico, en el cual se ponen los más altos estándares de calidad, sino también en el personal. Para ello ofrece un desarrollo educativo estimulante y flexible que permita conseguir la satisfacción de completar las metas de forma eficaz.



“

*Aprende de manera eficiente y estimulante y
consigue tus metas profesionales con la calidad
de un programa de gran impacto educativo”*



Objetivos generales

- » Conocer cómo funcionan los flujos de consumo en el producto audiovisual
- » Estudiar acerca de las audiencias y su poder en el producto audiovisual
- » Desarrollar los diferentes aspectos de la recepción del producto audiovisual



Impulsamos tu crecimiento profesional con este Experto Universitario en Audiencias y Recepción del Producto Audiovisual apoyando tu desarrollo con productos educativos de la más alta calidad"





Objetivos específicos

Módulo 1. Industrias culturales y nuevos modelos de negocios de la comunicación

- » Estudiar las transformaciones acontecidas en las industrias culturales en la oferta y el consumo en las redes digitales, en sus aspectos económicos, políticos y socioculturales
- » Profundizar en los retos que el entorno digital ha planteado en los modelos de negocio de las empresas periodísticas y otras industrias culturales tradicionales
- » Analizar y diseñar estrategias innovadoras, que contribuyan a la mejora en los procesos de gestión y toma de decisiones, así como al desarrollo de productos informativos en consonancia con las necesidades de públicos y anunciantes
- » Entender los cambios en los procesos de organización y gestión de los recursos estratégicos, humanos, materiales y técnicos de los nuevos negocios en el entorno digital

Módulo 2. Gestión y promoción de productos audiovisuales

- » Conocer los conceptos fundamentales que rigen la distribución, la comercialización y la difusión de un producto audiovisual en la sociedad contemporánea
- » Identificar las distintas ventanas de exhibición audiovisual y supervisión de las amortizaciones
- » Conocer las estrategias de producción ejecutiva en el desarrollo y posterior distribución de proyectos audiovisuales
- » Identificar el diseño de comercialización de una producción audiovisual a través de su repercusión en los distintos medios audiovisuales contemporáneos
- » Conocer la historia y problemática contemporánea de los festivales de cine
- » Identificar las distintas categorías y modalidades de los festivales de cine
- » Analizar e interpretar las lógicas económicas, culturales y estéticas de los festivales de cine a nivel local, nacional y global

Módulo 3. El público audiovisual

- » Conocer, a nivel teórico, las corrientes de estudios dedicados a la recepción audiovisual
- » Identificar las diferencias existentes entre las diferentes formas de abordar el estudio de la recepción audiovisual y cuál es el estado de la cuestión actual
- » Comprender el funcionamiento de las redes sociales como parte fundamental del entorno audiovisual actual
- » Comprender los vínculos entre público y contenido
- » Tener la capacidad para comprender las transformaciones derivadas de la digitalización

Módulo 4. Cine, televisión y sociedad contemporánea

- » Identificar las principales tendencias en los modelos representacionales contemporáneos en televisión y cine
- » Desarrollar un razonamiento crítico a la hora de enfrentarse a los procesos de creación y análisis de los distintos modos de representación en el audiovisual
- » Distinguir y estudiar los procesos socio-culturales y su impacto en los procedimientos representativos del audiovisual
- » Entender y analizar de un modo crítico las producciones cinematográficas contemporáneas desde una perspectiva social, cultural y estética
- » Aprender los fundamentos teóricos y metodológicos para analizar el cine y la televisión como generadores de representación social y de producción de significados
- » Adquirir la habilidad de distinguir y analizar de manera crítica las mutaciones que se producen en el cine y la televisión contemporáneos, en su contexto social y su dimensión cultural

03

Estructura y contenido

El temario del programa se configura como un completísimo recorrido a través de todos y cada uno de los conocimientos necesarios para comprender y asumir las formas de trabajo de este campo. Con un planteamiento centrado en la aplicación práctica que le permitirá al estudiante crecer como profesional desde el primer momento de la capacitación.

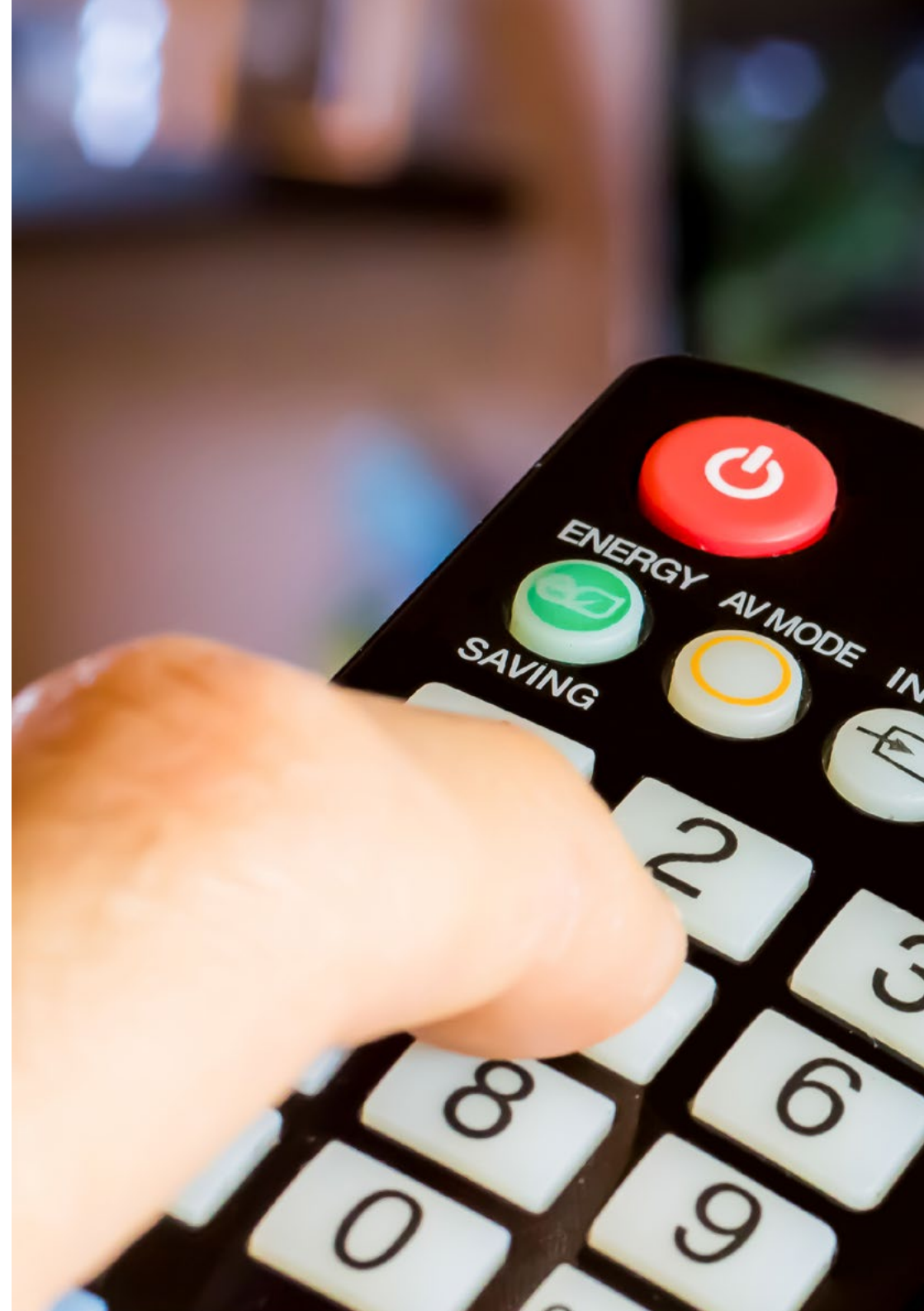


“

Un temario completo centrado en la adquisición de conocimientos y su conversión en habilidades reales, creado para impulsarte hacia la excelencia”

Módulo 1. Industrias culturales y nuevos modelos de negocios de la comunicación

- 1.1. La cultura artesanal mercantilizada
 - 1.1.1. Del espectáculo en vivo a las artes plásticas
 - 1.1.2. Museos y patrimonio
 - 1.1.3. La ciudad
- 1.2. Tecnología, comunicación y cultura
 - 1.2.1. Tecnología, I.C. y comunicación social. Tecnología y utopías
- 1.3. Estructura de las IC: naturaleza económica
 - 1.3.1. Oferta
 - 1.3.2. El trabajo creativo y la propiedad intelectual
 - 1.3.3. El consumo
- 1.4. Los grandes sectores de las I.C.
 - 1.4.1. Los productos editoriales
 - 1.4.2. Las I.C. de flujo
 - 1.4.3. Los modelos híbridos
- 1.5. La globalización y la diversidad en las I.C.
 - 1.5.1. Concentración; internacionalización y globalización de las I.C.
 - 1.5.2. La lucha por la diversidad y su evolución hacia la sociedad de la información
- 1.6. La era digital en las I.C.
 - 1.6.1. Las mercancías editoriales on/off line
 - 1.6.2. Las I.C. de flujo
 - 1.6.3. Nuevos modelos en la era digital: el derecho de autor digital y sus interrogantes
 - 1.6.4. Cultura libre y licencias *Creative Commons*
 - 1.6.5. Creatividad e innovación en la creación de proyectos audiovisuales *low cost*
 - 1.6.6. ¿Qué es el contenido audiovisual de bajo coste?
 - 1.6.7. Crowdfunding y la centralidad de Internet
- 1.7. Las políticas culturales y de cooperación
 - 1.7.1. El papel de los Estados y de las regiones de países (Unión Europea, MERCOSUR, TLC)
 - 1.7.2. Políticas culturales digitales



- 1.8. Retos y oportunidades de negocio de los medios ante la digitalización
 - 1.8.1. Marco legal para el desarrollo de los nuevos negocios de la comunicación en el entorno digital. La adaptación a los nuevos escenarios digitales. Objetivos y necesidades
- 1.9. Medios digitales y medios de comunicación en la era digital I
 - 1.9.1. El negocio de la prensa online: retos e interrogantes. Métodos de planificación y control de proyectos para la toma de decisiones en las empresas periodísticas en el entorno digital
 - 1.9.2. Innovación y diseño de estrategias para el desarrollo de productos informativos y mejora en los procesos de gestión y toma de decisiones en el entorno digital
 - 1.9.3. La radio en el entorno digital
- 1.10. Medios digitales y medios de comunicación en la era digital II
 - 1.10.1. Nuevas claves de gestión publicitaria en los medios digitales. Cambios de parámetros para la gestión de tiempos y espacios. Marketing viral y *branded content*
 - 1.10.2. Particularidades de los medios de comunicación en la era digital: los negocios emergentes. Los negocios de la blogosfera y las redes sociales. Los nuevos consumidores y usuarios. Estrategias de posicionamiento en el mercado de la información
 - 1.10.3. Ficción en internet: las webseries

Módulo 2. Gestión y promoción de productos audiovisuales

- 2.1. La distribución audiovisual
 - 2.1.1. Introducción
 - 2.1.2. Los actores de la distribución
 - 2.1.3. Los productos de la comercialización
 - 2.1.4. Los ámbitos de la distribución audiovisual
 - 2.1.5. Distribución nacional
 - 2.1.6. Distribución internacional
- 2.2. La empresa de distribución
 - 2.2.1. La estructura organizativa
 - 2.2.2. La negociación del contrato de distribución
 - 2.2.3. Los clientes internacionales
- 2.3. Ventanas de explotación, contratos y ventas internacionales
 - 2.3.1. Ventanas de explotación
 - 2.3.2. Contratos de distribución internacional
 - 2.3.3. Las ventas internacionales

- 2.4. Marketing cinematográfico
 - 2.4.1. Marketing en el cine
 - 2.4.2. La cadena de valor de la producción cinematográfica
 - 2.4.3. Los medios publicitarios al servicio de la promoción
 - 2.4.4. Las herramientas para el lanzamiento
- 2.5. La investigación de mercado en el cine
 - 2.5.1. Introducción
 - 2.5.2. Fase de preproducción
 - 2.5.3. Fase de postproducción
 - 2.5.4. Fase de comercialización
- 2.6. Redes sociales y promoción cinematográfica
 - 2.6.1. Introducción
 - 2.6.2. Promesas y límites de las redes sociales
 - 2.6.3. Los objetivos y su medición
 - 2.6.4. Calendario de promoción y estrategias
 - 2.6.5. Interpretar lo que dicen las redes
- 2.7. La distribución audiovisual en internet I
 - 2.7.1. El nuevo mundo de la distribución audiovisual
 - 2.7.2. El proceso de la distribución en internet
 - 2.7.3. Los productos y las posibilidades en el nuevo escenario
 - 2.7.4. Nuevos modos de distribución
- 2.8. La distribución audiovisual en internet II
 - 2.8.1. Claves del nuevo escenario
 - 2.8.2. Los peligros de la distribución en internet
 - 2.8.3. El Video on Demand (VOD) como nueva ventana de distribución
- 2.9. Nuevos espacios para la distribución
 - 2.9.1. Introducción
 - 2.9.2. La revolución Netflix
- 2.10. Los festivales de cine
 - 2.10.1. Introducción
 - 2.10.2. El papel de los festivales de cine en la distribución y exhibición

Módulo 3. El público audiovisual

- 3.1. Las teorías de la recepción I
 - 3.1.1. Introducción a las teorías de la recepción
 - 3.1.2. Las primeras corrientes en los estudios de la recepción
- 3.2. Las teorías de la recepción II
 - 3.2.1. El cambio de paradigma en las teorías de recepción
 - 3.2.2. Una propuesta teórica para analizar el público audiovisual: las aportaciones de Janet Staiger
- 3.3. El público cinematográfico I
 - 3.3.1. Evolución en EE.UU
 - 3.3.2. Caso de estudio aplicado
- 3.4. El público cinematográfico II
 - 3.4.1. Evolución en España
 - 3.4.2. Caso de estudio aplicado
- 3.5. Las audiencias televisivas I
 - 3.5.1. ¿Por qué estudiarlas?
 - 3.5.2. La medición de audiencias: estudios cuantitativos tradicionales
 - 3.5.3. Limitaciones y crisis en el entorno digital
- 3.6. Las audiencias televisivas II
 - 3.6.1. Post-audiencia. Medición del público en Internet y en la TDT
 - 3.6.2. Hacia un nuevo modelo de análisis: cultura de la convergencia
- 3.7. Públicos y audiencias en la actualidad I
 - 3.7.1. Las audiencias y las minorías: las implicaciones del género, sexualidad y raza/etnicidad en relación con los medios
 - 3.7.2. Nuevas aproximaciones al concepto de audiencia: etnografía, fandom, comunidad, transmedia, transtextualidad
 - 3.7.3. Comportamientos de los fans
- 3.8. Públicos y audiencias en la actualidad II
 - 3.8.1. El espectador de estrellas cinematográficas
 - 3.8.2. El espectador de películas/series de culto
 - 3.8.3. Del cine a casa: experiencias espectatoriales colectivas e individuales
 - 3.8.4. El efecto de la violencia, el horror y las imágenes sexualmente explícitas en el espectador
 - 3.8.5. El lugar de la memoria en el espectador audiovisual

- 3.9. Estudios aplicados I
 - 3.9.1. La recepción de *La Venus rubia* (Josef von Sternberg, 1932): la censura contra los fans
 - 3.9.2. La recepción crítica de *La Naranja Mecánica* (Stanley Kubrick, 1971) en Estados Unidos
- 3.10. Estudios aplicados II
 - 3.10.1. El silencio de los corderos (Jonathan Demme, 1991): La producción de significados culturales para la comunidad gay y feminista en Estados Unidos
 - 3.10.2. Las audiencias de *Game of Thrones/Juego de tronos* (HBO, 2011-2019): la transversalidad y globalidad de la cultura fan
 - 3.10.3. La recepción crítica de la comedia madrileña en el contexto de la Transición democrática española

Módulo 4. Cine, televisión y sociedad contemporánea

- 4.1. Identidad
 - 4.1.1. La identidad en el mundo primitivo
 - 4.1.2. La identidad en el mundo medieval
 - 4.1.3. La identidad en la modernidad
 - 4.1.4. La identidad en la posmodernidad
- 4.2. Representación
 - 4.2.1. Representación y cultura visual
 - 4.2.2. La representación a lo largo de la historia
 - 4.2.3. El valor instrumental de la imagen
- 4.3. La identidad colectiva: la nación y la clase obrera
 - 4.3.1. La representación colectiva en el mundo moderno: la clave nacional
 - 4.3.2. Representación de la identidad colectiva en la modernidad: el otro
 - 4.3.3. La identidad nacional en la posmodernidad
 - 4.3.4. El *free cinema* y la legitimación de la clase obrera en Reino Unido. Consecuencias
- 4.4. Imágenes de la masculinidad
 - 4.4.1. La representación del hombre en la modernidad
 - 4.4.2. Nuevas masculinidades en el cine y la televisión
- 4.5. Representación de la identidad sexual e identidad transgénero
 - 4.5.1. Orientación sexual e identidad transgénero: un recorrido a través del cine y la televisión

- 4.6. Crisis generacional
 - 4.6.1. Adolescencia, crisis de los treinta, neo-existencialismo
- 4.7. Pareja y relaciones
 - 4.7.1. Amores líquidos
- 4.8. La representación del cambio social en la comedia cinematográfica de la Transición española
 - 4.8.1. La comedia madrileña
 - 4.8.2. El cine de Pedro Almodóvar
- 4.9. La representación de la crisis económica y revisión del sueño americano
 - 4.9.1. Dinero, fama, figura del *self made man*
- 4.10. Representaciones del terrorismo en el cine y la televisión
 - 4.10.1. Del tabú a la parodia



Estudia a tu ritmo, con la flexibilidad de un programa que compagina el aprendizaje con otras ocupaciones de forma cómoda y real"

04

Metodología de estudio

TECH es la primera universidad en el mundo que combina la metodología de los **case studies** con el **Relearning**, un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración dirigida.

Esta disruptiva estrategia pedagógica ha sido concebida para ofrecer a los profesionales la oportunidad de actualizar conocimientos y desarrollar competencias de un modo intensivo y riguroso. Un modelo de aprendizaje que coloca al estudiante en el centro del proceso académico y le otorga todo el protagonismo, adaptándose a sus necesidades y dejando de lado las metodologías más convencionales.



“

TECH te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera”

El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

En la metodología de estudios de TECH el alumno es el protagonista absoluto. Las herramientas pedagógicas de cada programa han sido seleccionadas teniendo en cuenta las demandas de tiempo, disponibilidad y rigor académico que, a día de hoy, no solo exigen los estudiantes sino los puestos más competitivos del mercado.

Con el modelo educativo asincrónico de TECH, es el alumno quien elige el tiempo que destina al estudio, cómo decide establecer sus rutinas y todo ello desde la comodidad del dispositivo electrónico de su preferencia. El alumno no tendrá que asistir a clases en vivo, a las que muchas veces no podrá acudir. Las actividades de aprendizaje las realizará cuando le venga bien. Siempre podrá decidir cuándo y desde dónde estudiar.

“

*En TECH NO tendrás clases en directo
(a las que luego nunca puedes asistir)”*



Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

TECH se caracteriza por ofrecer los itinerarios académicos más completos del entorno universitario. Esta exhaustividad se logra a través de la creación de temarios que no solo abarcan los conocimientos esenciales, sino también las innovaciones más recientes en cada área.

Al estar en constante actualización, estos programas permiten que los estudiantes se mantengan al día con los cambios del mercado y adquieran las habilidades más valoradas por los empleadores. De esta manera, quienes finalizan sus estudios en TECH reciben una preparación integral que les proporciona una ventaja competitiva notable para avanzar en sus carreras.

Y además, podrán hacerlo desde cualquier dispositivo, pc, tableta o smartphone.

“

El modelo de TECH es asincrónico, de modo que te permite estudiar con tu pc, tableta o tu smartphone donde quieras, cuando quieras y durante el tiempo que quieras”

Case studies o Método del caso

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, su función era también presentarles situaciones complejas reales. Así, podían tomar decisiones y emitir juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Con este modelo de enseñanza es el propio alumno quien va construyendo su competencia profesional a través de estrategias como el *Learning by doing* o el *Design Thinking*, utilizadas por otras instituciones de renombre como Yale o Stanford.

Este método, orientado a la acción, será aplicado a lo largo de todo el itinerario académico que el alumno emprenda junto a TECH. De ese modo se enfrentará a múltiples situaciones reales y deberá integrar conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones. Todo ello con la premisa de responder al cuestionamiento de cómo actuaría al posicionarse frente a eventos específicos de complejidad en su labor cotidiana.



Método Relearning

En TECH los *case studies* son potenciados con el mejor método de enseñanza 100% online: el *Relearning*.

Este método rompe con las técnicas tradicionales de enseñanza para poner al alumno en el centro de la ecuación, proveyéndole del mejor contenido en diferentes formatos. De esta forma, consigue repasar y reiterar los conceptos clave de cada materia y aprender a aplicarlos en un entorno real.

En esta misma línea, y de acuerdo a múltiples investigaciones científicas, la reiteración es la mejor manera de aprender. Por eso, TECH ofrece entre 8 y 16 repeticiones de cada concepto clave dentro de una misma lección, presentada de una manera diferente, con el objetivo de asegurar que el conocimiento sea completamente afianzado durante el proceso de estudio.

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



Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

Para aplicar su metodología de forma eficaz, TECH se centra en proveer a los egresados de materiales didácticos en diferentes formatos: textos, vídeos interactivos, ilustraciones y mapas de conocimiento, entre otros. Todos ellos, diseñados por profesores cualificados que centran el trabajo en combinar casos reales con la resolución de situaciones complejas mediante simulación, el estudio de contextos aplicados a cada carrera profesional y el aprendizaje basado en la reiteración, a través de audios, presentaciones, animaciones, imágenes, etc.

Y es que las últimas evidencias científicas en el ámbito de las Neurociencias apuntan a la importancia de tener en cuenta el lugar y el contexto donde se accede a los contenidos antes de iniciar un nuevo aprendizaje. Poder ajustar esas variables de una manera personalizada favorece que las personas puedan recordar y almacenar en el hipocampo los conocimientos para retenerlos a largo plazo. Se trata de un modelo denominado *Neurocognitive context-dependent e-learning* que es aplicado de manera consciente en esta titulación universitaria.

Por otro lado, también en aras de favorecer al máximo el contacto mentor-alumno, se proporciona un amplio abanico de posibilidades de comunicación, tanto en tiempo real como en diferido (mensajería interna, foros de discusión, servicio de atención telefónica, email de contacto con secretaría técnica, chat y videoconferencia).

Asimismo, este completísimo Campus Virtual permitirá que el alumnado de TECH organice sus horarios de estudio de acuerdo con su disponibilidad personal o sus obligaciones laborales. De esa manera tendrá un control global de los contenidos académicos y sus herramientas didácticas, puestas en función de su acelerada actualización profesional.



La modalidad de estudios online de este programa te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios"

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

1. Los alumnos que siguen este método no solo consiguen la asimilación de conceptos, sino un desarrollo de su capacidad mental, mediante ejercicios de evaluación de situaciones reales y aplicación de conocimientos.
2. El aprendizaje se concreta de una manera sólida en capacidades prácticas que permiten al alumno una mejor integración en el mundo real.
3. Se consigue una asimilación más sencilla y eficiente de las ideas y conceptos, gracias al planteamiento de situaciones que han surgido de la realidad.
4. La sensación de eficiencia del esfuerzo invertido se convierte en un estímulo muy importante para el alumnado, que se traduce en un interés mayor en los aprendizajes y un incremento del tiempo dedicado a trabajar en el curso.

La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

Los resultados de este innovador modelo académico son constatables en los niveles de satisfacción global de los egresados de TECH.

La valoración de los estudiantes sobre la calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso y sus objetivos es excelente. No en valde, la institución se convirtió en la universidad mejor valorada por sus alumnos según el índice global score, obteniendo un 4,9 de 5.

Accede a los contenidos de estudio desde cualquier dispositivo con conexión a Internet (ordenador, tablet, smartphone) gracias a que TECH está al día de la vanguardia tecnológica y pedagógica.

Podrás aprender con las ventajas del acceso a entornos simulados de aprendizaje y el planteamiento de aprendizaje por observación, esto es, Learning from an expert.



Así, en este programa estarán disponibles los mejores materiales educativos, preparados a conciencia:



Material de estudio

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

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.



Prácticas de habilidades y competencias

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



Resúmenes interactivos

Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

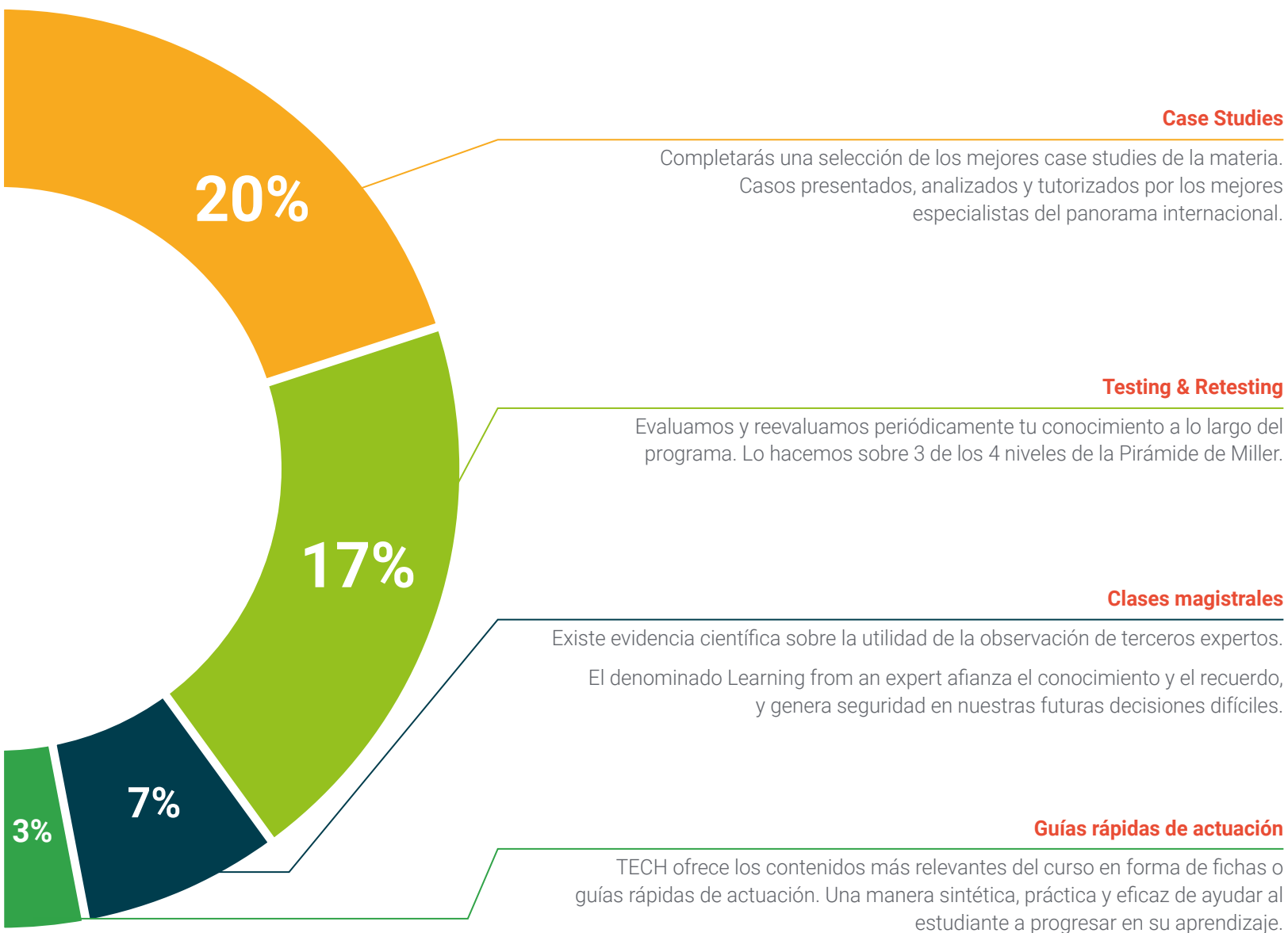
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales... En nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.





05

Titulación

El Experto Universitario en Audiencias y Recepción del Producto Audiovisual garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a el acceso a un título de Experto expedido por TECH Universidad.



“

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

Este **Experto Universitario en Audiencias y Recepción del Producto Audiovisual** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado.

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

Este título expedido por **TECH Universidad** expresará la calificación que haya obtenido en el diplomado, y reunirá los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores de carreras profesionales.

Título: **Experto Universitario en Audiencias y Recepción del Producto Audiovisual**

Modalidad: **No escolarizada (100% en línea)**

Duración: **6 semanas**



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



Experto Universitario

Audiencias y Recepción del Producto Audiovisual

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 6 meses
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Experto Universitario

Audiencias y Recepción
del Producto Audiovisual