

Mestrado Próprio

MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais



tech universidade
tecnológica

Mestrado Próprio

MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais

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

Acesso ao site: www.techtute.com/br/videogame/mestrado-proprio/mestrado-proprio-mba-gestao-empresas-audiovisuais

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Competências

pág. 16

04

Estrutura e conteúdo

pág. 20

05

Metodologia

pág. 30

06

Certificado

pág. 38

01

Apresentação

A produção audiovisual é definida por muitos profissionais como uma arte na qual um produto é criado para ser transmitido em diferentes meios de comunicação. Empreender nesse campo requer um conhecimento especializado de formatos, gêneros e programação de televisão, por exemplo, a estrutura do sistema audiovisual ou o desenvolvimento da técnica adequada para transformar uma ideia em realidade. Assim, com este curso, os alunos interessados no mundo do videogame poderão ampliar seus horizontes profissionais e aplicar seu conhecimento na gestão de uma empresa criativa.



“

Você será capaz de adaptar suas ideias e levá-las a diferentes formatos graças ao conteúdo deste programa”

Nos videogames é comum encontrar cinemáticas que ajudam a explicar e dar continuidade à história. Portanto, seu processo criativo é semelhante ao utilizado no mundo da produção audiovisual: é necessário escrever um roteiro, ter uma equipe de atores, planejar cada sequência e depois executá-la. Além disso, os designers de videogames são pessoas criativas com ideias variadas e capazes de encontrar soluções inovadoras e tecnológicas para recriar uma cena.

Neste sentido, seus conhecimentos podem ser perfeitamente transferidos para o campo audiovisual. Por este motivo, o MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais fornecerá as ferramentas necessárias para organizar e gerenciar os processos das diferentes áreas de trabalho envolvidas na criação de uma série de televisão, um filme ou vídeos digitais. Com esta abordagem, iniciaremos uma viagem através dos conceitos utilizados no jornalismo cultural, o impacto das redes sociais sobre ele e os conteúdos que ajudam a se posicionar em diferentes plataformas.

Por outro lado, o aluno aprenderá sobre os aspectos técnicos centrados na realização de um projeto audiovisual, abordando os pontos de vista teóricos e práticos que compõem o processo criativo. Desta forma, eles poderão executar, através de um ponto de vista narrativo e estético, a produção de uma ficção audiovisual, levando em conta diferentes mídias e tecnologias. É por isso que você poderá compreender a estrutura do sistema audiovisual e a forma como a produção deste tipo de conteúdo contempla seu financiamento e sua avaliação do investimento em custos e benefícios.

Enquanto isso, serão estabelecidas as bases que determinam a direção dos atores na ficção e a criação do discurso narrativo. Desta forma, é possível fazer mais progressos em direção a uma compreensão da indústria cultural e dos novos modelos de comunicação que estão sendo desenvolvidos atualmente. Por outro lado, um conhecimento profundo dos novos gêneros e formatos utilizados na TV é indispensável para o desenvolvimento do estudante nesta área. Como resultado, este plano de estudos lhe proporcionará a perspectiva necessária para realizar as tarefas de direção de acordo com a programação, o roteiro e o plano de filmagem.

No final do programa, o estudante, como desenvolvedor e designer de videogame, poderá organizar uma mise-en-scène e planejar ações narrativas que se ajustem a diferentes meios de produção. Representando assim, um perfil profissional completo e abrangente.

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

- ◆ O desenvolvimento de casos práticos apresentados por especialistas em produções audiovisuais
- ◆ O conteúdo gráfico, esquemático e extremamente útil fornece informações científicas e práticas sobre aquelas disciplinas indispensáveis para o exercício da profissão
- ◆ Exercícios práticos em que o processo de autoavaliação pode ser usado para aprimorar a aprendizagem
- ◆ Destaque especial para as metodologias inovadoras no desenvolvimento de novas produções
- ◆ Aulas teóricas, perguntas a especialistas, fóruns de discussão sobre temas controversos e trabalhos de reflexão individual
- ◆ Disponibilidade de acesso a todo o conteúdo a partir de qualquer dispositivo, fixo ou portátil, com conexão à Internet



*Amplie seus horizontes
profissionais, entendendo como
funciona a indústria audiovisual”*

“

O setor audiovisual precisa de criadores como você, capazes de idealizar e executar uma cena digital”

O corpo docente deste programa inclui profissionais do setor que trazem a experiência de seu trabalho para essa capacitação, assim como especialistas reconhecidos de empresas líderes e universidades de prestígio.

O conteúdo multimídia utilizado foi desenvolvido com a mais recente tecnologia educativa, que permitirá aos alunos uma aprendizagem contextualizada, ou seja, realizada através de um ambiente simulado, proporcionando uma capacitação imersiva e programada para praticar diante de situações reais.

A estrutura deste programa se concentra na Aprendizagem Baseada em Problemas, através da qual o profissional deverá resolver as diferentes situações de prática profissional que surgirem ao longo do curso acadêmico. Para isso, contará com a ajuda de um inovador sistema de vídeo interativo realizado por especialistas reconhecidos.

Com este programa você será capaz de adaptar a história de um videogame para o formato televisivo.

Conheça sobre o processo de pós-produção por trás da realização de uma série de TV.



02

Objetivos

Neste programa, os estudantes conseguirão obter uma versão melhor de seu perfil profissional acessando as informações mais completas e atualizadas do mercado. Por este motivo, há vários objetivos que ajudarão a orientar o caminho acadêmico para compreender o ambiente de trabalho de uma equipe de produção, a redação de roteiros e todos os aspectos envolvidos na distribuição do produto final. Desta forma, o aluno será capaz de melhorar seu perfil profissional para trabalhar neste setor.



“

*Os objetivos estabelecidos neste programa
lhe ajudarão a desenvolver sua criatividade
para trabalhar na indústria audiovisual”*



Objetivos gerais

- ♦ Ampliar os conhecimentos e informações do estudante com um maior nível de profundidade no campo do jornalismo, embora, mais especificamente dentro do campo da gestão da Indústria Audiovisual
- ♦ Aprender a desempenhar as funções nesta área em um ambiente especializado e profissional

“

Um processo de crescimento profissional e pessoal que lhe permitirá avançar em sua carreira”





Objetivos específicos

Módulo 1. Jornalismo Cultural

- ◆ Ter as competências transversais e específicas necessárias para lidar satisfatoriamente com a realidade do Jornalismo Cultural em diferentes áreas
- ◆ 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 das redes sociais no jornalismo cultural e em gêneros jornalísticos
- ◆ Saber como usar as informações por meio das redes sociais e desenvolver um Plano de Comunicação
- ◆ Desenvolver conteúdos específicos 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 audiovisual
- ◆ 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 multicâmera

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

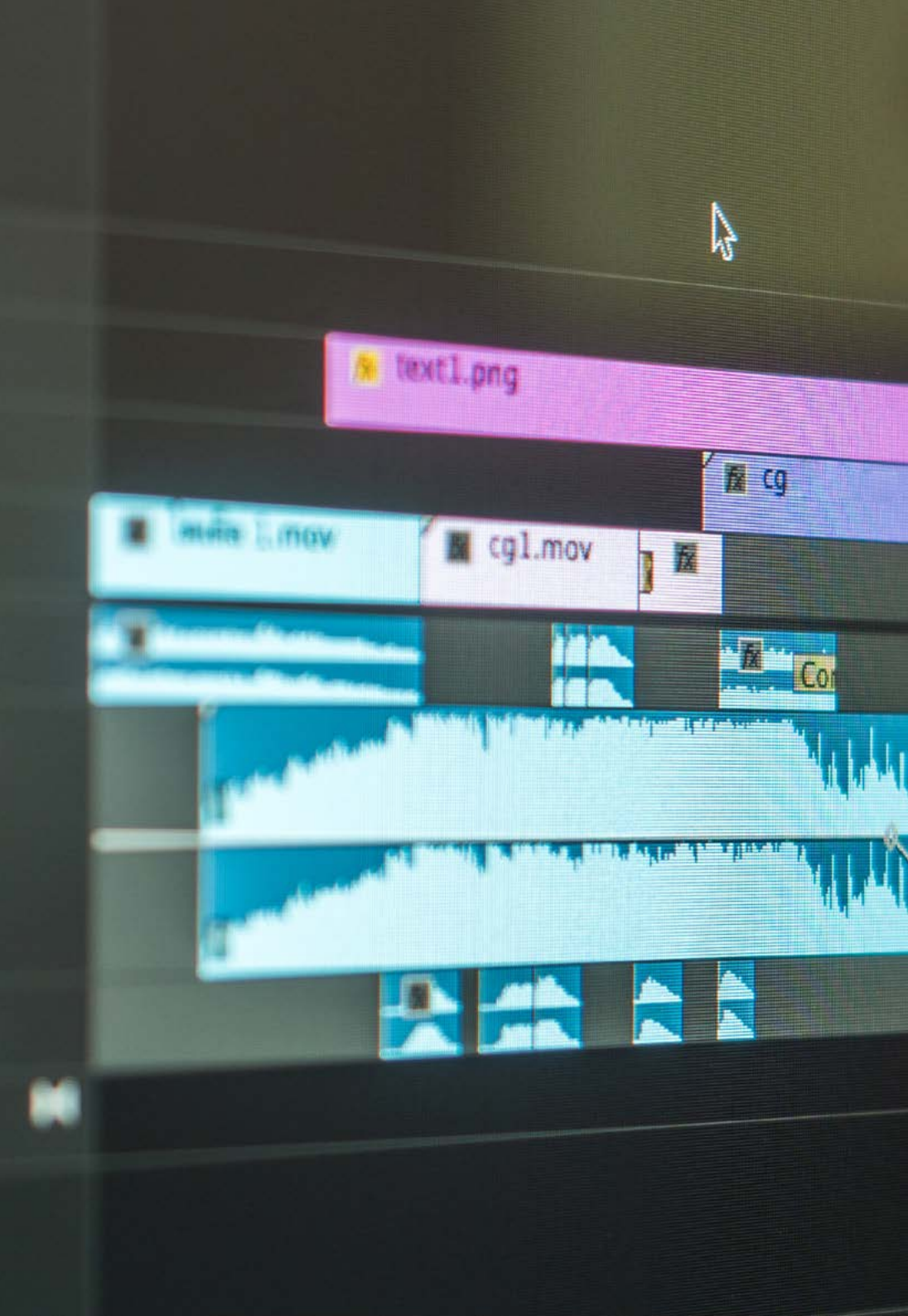
Módulo 4. Produção audiovisual

- ◆ 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
- ◆ 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 aos alunos os fundamentos teóricos e técnicos, assim como as habilidades instrumentais para lidar, de um ponto de vista narrativo e estético, com a produção de ficção audiovisual em diferentes mídias e tecnologias
- ◆ Estudar 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/filmagem de filmes de acordo com um plano de roteiro, 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 linguagens
- ◆ 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, no fornecimento e consumo nas 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 gestão de recursos estratégicos, humanos, materiais e técnicos dos novos negócios no ambiente digital

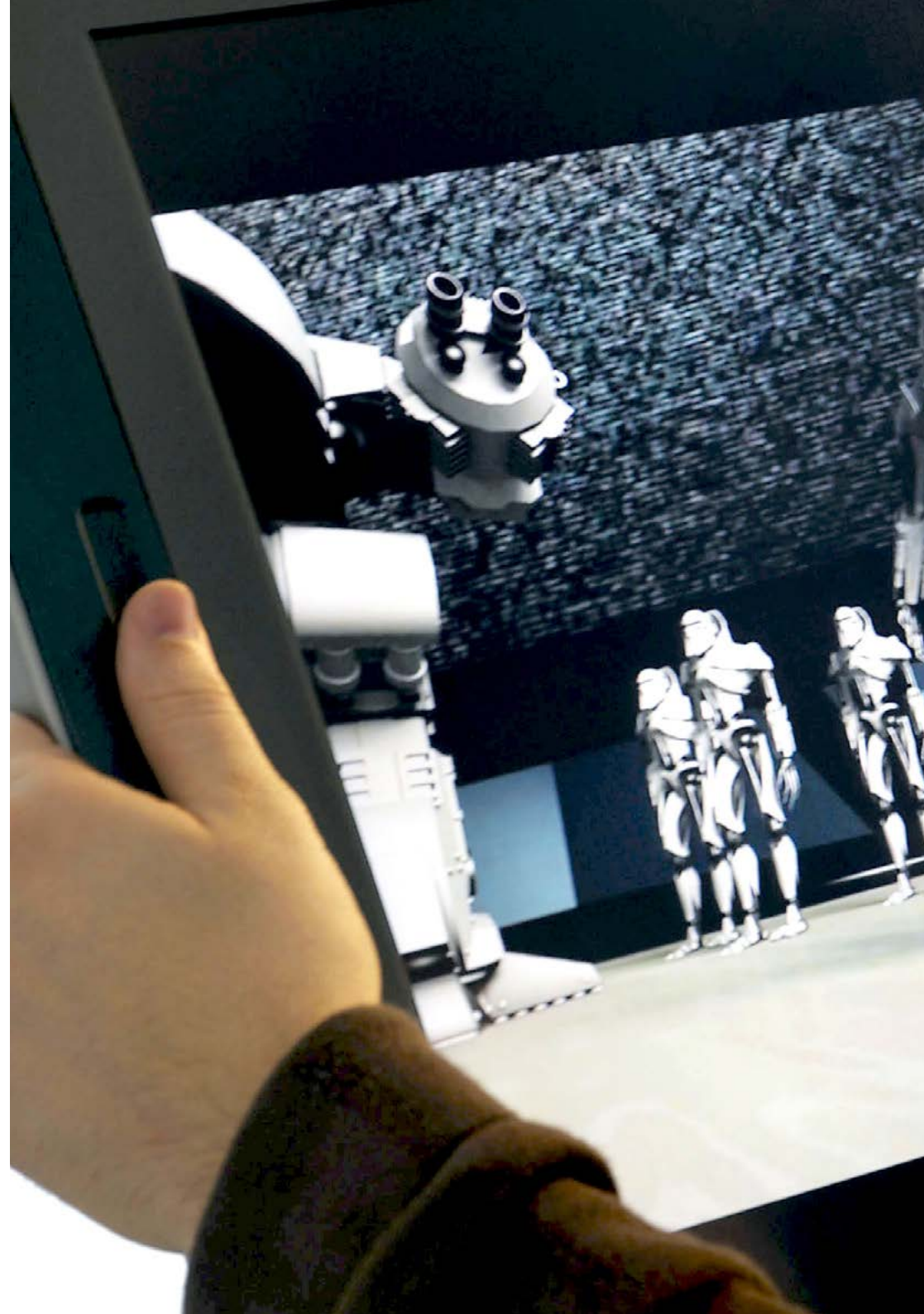
Módulo 7. Gestão e promoção de produtos audiovisuais

- ◆ 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 à produção de ficção e ao 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
- ◆ Conhecimento das principais técnicas e processos de programação da televisão aberta
- ◆ Ter a capacidade de 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 recepção audiovisual e seu estado atual
- ◆ Compreender o funcionamento das redes sociais como parte fundamental do ambiente audiovisual atual
- ◆ Compreender os vínculos entre o público e o conteúdo
- ◆ Ter a capacidade de compreender as mudanças 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 as suas técnicas de redação
- ◆ Compreender as bases da dinâmica de um formato de programa de televisão
- ◆ Obter uma visão global das franquias internacionais 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 de série de TV, sua evolução e realidade atual, em relação ao fenômeno da recepção e aos contextos sociais e culturais em que é produzido

03

Competências

Ao concluir o curso, o aluno estará apto a desempenhar diversas funções em uma empresa audiovisual. Você irá entender o gerenciamento e o impacto global de um projeto de comunicação em cada uma das fases, sendo capaz de tomar as decisões certas em qualquer eventualidade e manter um pensamento objetivo em todos os momentos. Como resultado, você terá as habilidades necessárias para organizar a encenação, usar as mídias sociais disponíveis e planejar o orçamento necessário para qualquer trabalho criativo.



“

Com este programa você adquirirá as habilidades necessárias para introduzir um videogame nas telas de televisão”



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



Se você sabe como usar as redes sociais a seu favor, você poderá criar uma produção que se adapta às necessidades do público”



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 multicâmera
- ◆ 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
 - ◆ Adaptar-se às mudanças na oferta e no 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 diferentes modelos 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 bases comunicativas dos diversos 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

Estrutura e conteúdo

Para estar em sintonia com os requisitos exigidos pelo setor, este MBA em Direção de Empresas Audiovisuais oferece aos estudantes o conteúdo mais recente e inovador do mercado. Portanto, em cada módulo você conhecerá diferentes aspectos de como a área funciona, tal como o uso de redes sociais no jornalismo cultural, o processo de criação e pós-produção, e a redação de roteiros, entre outros. Desta forma, o designer de videogame poderá entrar neste campo de trabalho.



“

O conteúdo deste programa lhe ajudará a se preparar para o desafio de trabalhar em uma empresa audiovisual”

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 especializado

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 ao roteiro técnico ou escaleta
 - 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 multicâmera
 - 2.9.2. O estudo e a equipe
- 2.10. Chaves, técnicas e rotinas em filmagens multicâmeras
 - 2.10.1. Técnicas multicâmera
 - 2.10.2. Alguns formatos comuns

Módulo 3. Estrutura do sistema audiovisual

- 3.1. Uma introdução às Indústrias Culturais (IC)
 - 3.1.1. Conceitos de cultura. Cultura e comunicação
 - 3.1.2. Teoria e evolução das IC: tipos 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 Casting
 - 4.7.2. O teste de elenco
- 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. Industrias culturais e novos modelos de negócios da comunicação

- 6.1. Os conceitos de cultura, economia, comunicação, tecnologia, IC
 - 6.1.1. Cultura, economia, comunicação
 - 6.1.2. As 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 grandes setores das Indústrias culturais
 - 6.3.1. Os produtos editoriais
 - 6.3.2. As IC 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 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 Show
 - 8.4.4. A Televisão Digital Terrestre e a crise financeira

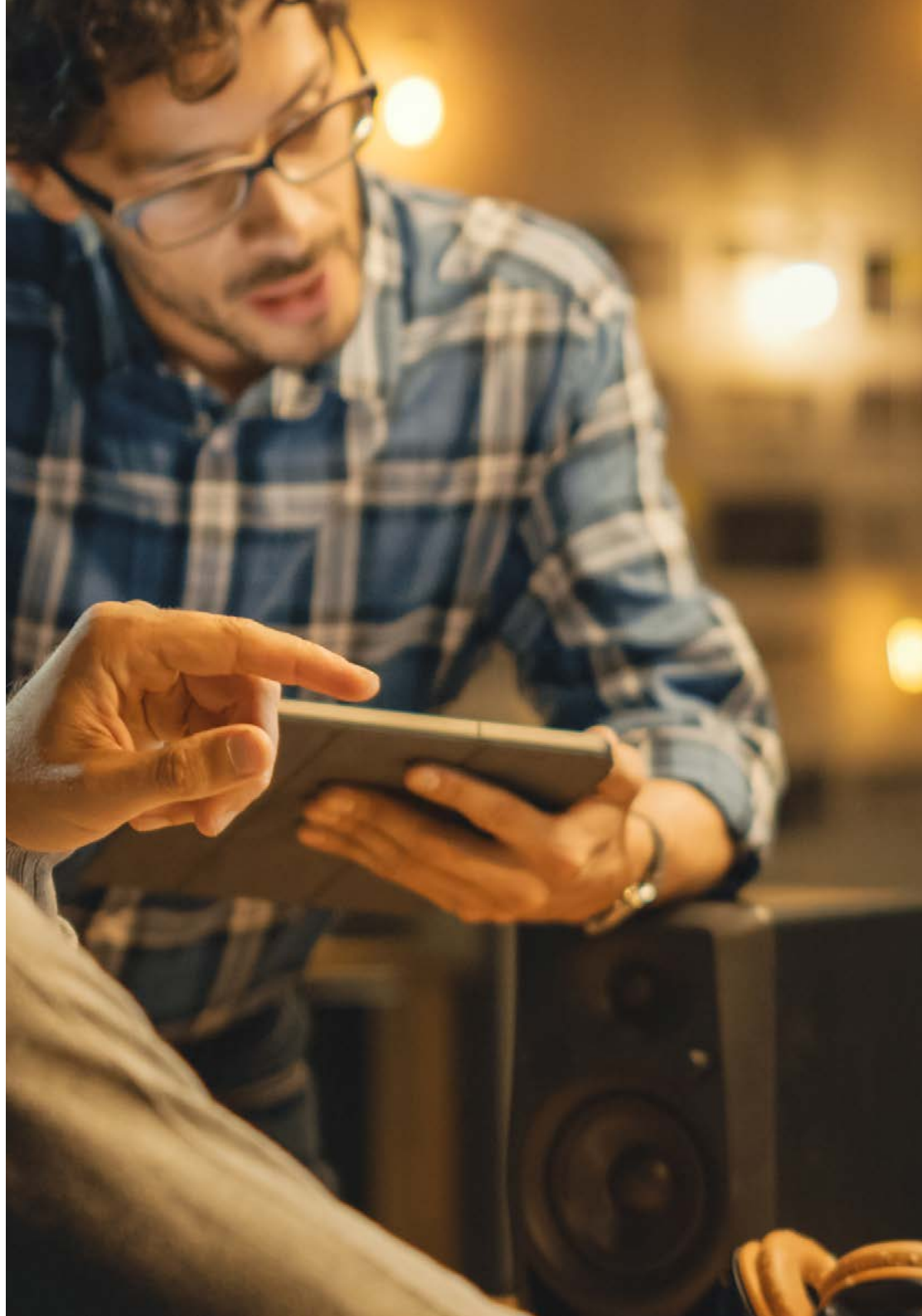
- 8.5. Evolução dos formatos no mercado internacional atual II
 - 8.5.1. Os mercados emergentes
 - 8.5.2. Marcas globais
 - 8.5.3. A televisão se reinventa
 - 8.5.4. A era da globalização.
- 8.6. Vender o formato. O *pitching*
 - 8.6.1. A venda de um formato televisivo
 - 8.6.2. O *pitching*
- 8.7. Introdução 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
- 8.9. 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

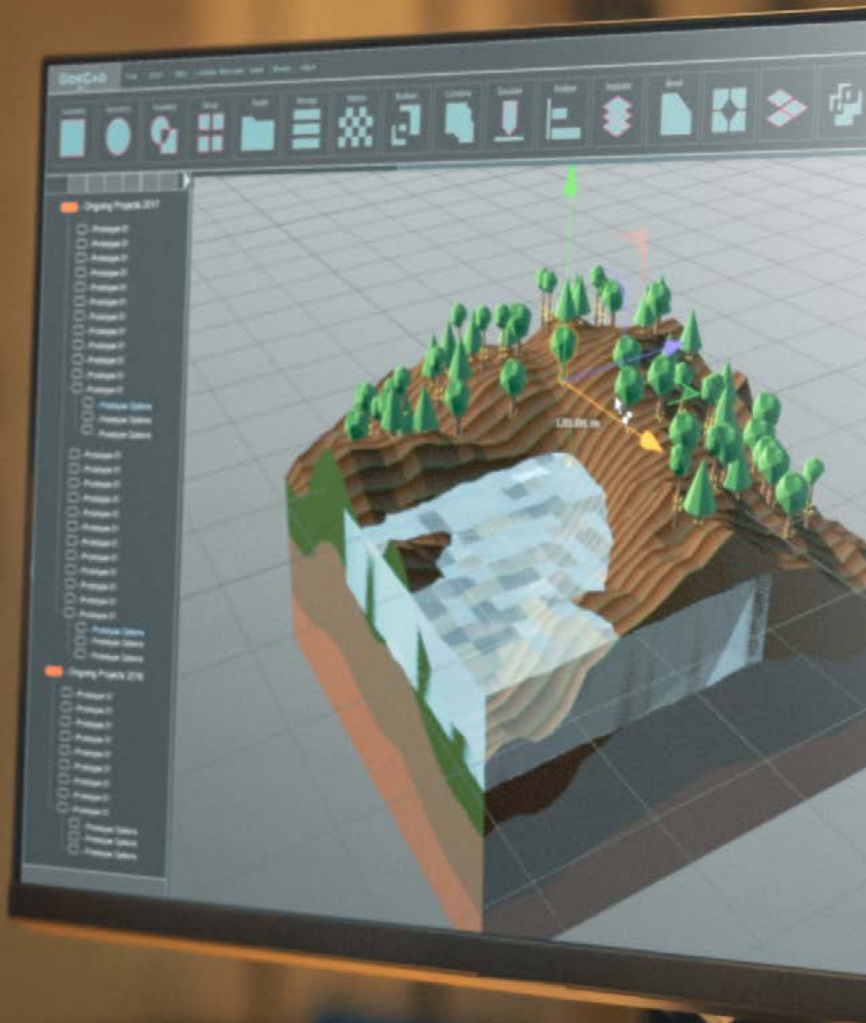
Módulo 9. O público audiovisual

- 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. O comportamento observável do público como uma expressão do *engagement*

Módulo 10. Roteiro de televisão: programas e ficção

- 10.1. Narrativa televisiva
 - 10.1.1. Conceitos e limites
 - 10.1.2. Códigos e estruturas
- 10.2. Categorias narrativas na televisão
 - 10.2.1. 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
 - 10.8.2. Escrever para dizer





- 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. A escaleta
- 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

“ *O mundo da televisão está esperando por suas histórias* ”

05

Metodologia

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





“

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

Estudo de caso para contextualizar todo o conteúdo

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

“

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



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



Um método de aprendizagem inovador e diferente

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

“

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

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

Em uma determinada situação, o que um profissional deveria fazer? Esta é a pergunta que abordamos no método do caso, um método de aprendizagem orientado para a ação. Ao longo de 4 anos, você irá se deparar com diversos casos reais. Você terá que integrar todo o seu conhecimento, pesquisar, argumentar e defender suas ideias e decisões.

Através de atividades de colaboração e casos reais, o aluno aprenderá a resolver situações complexas em ambientes reais de negócios.

Metodologia Relearning

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

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

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

Na TECH você aprenderá com uma metodologia de vanguarda, desenvolvida para capacitar os profissionais 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 universitários com um sucesso sem precedentes em campos tão diversos como a bioquímica, a genética, a cirurgia, o direito internacional, habilidades administrativas, ciência do esporte, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história, mercados e instrumentos financeiros. Tudo isso em um ambiente altamente exigente, com um corpo discente com um perfil socioeconômico médio-alto e uma média de idade de 43,5 anos.

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

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

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



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



Material de estudo

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

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



Masterclasses

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

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



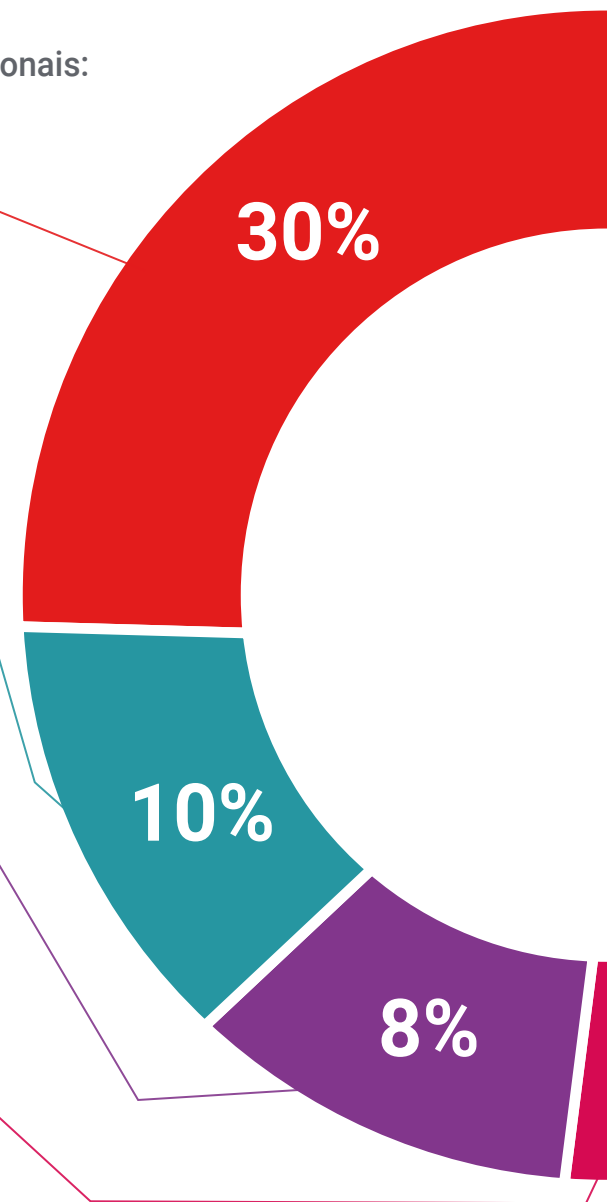
Práticas de habilidades e competências

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



Leituras complementares

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





Estudos de caso

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



Resumos interativos

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

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



Testing & Retesting

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



06

Certificado

O Mestrado Próprio 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”*

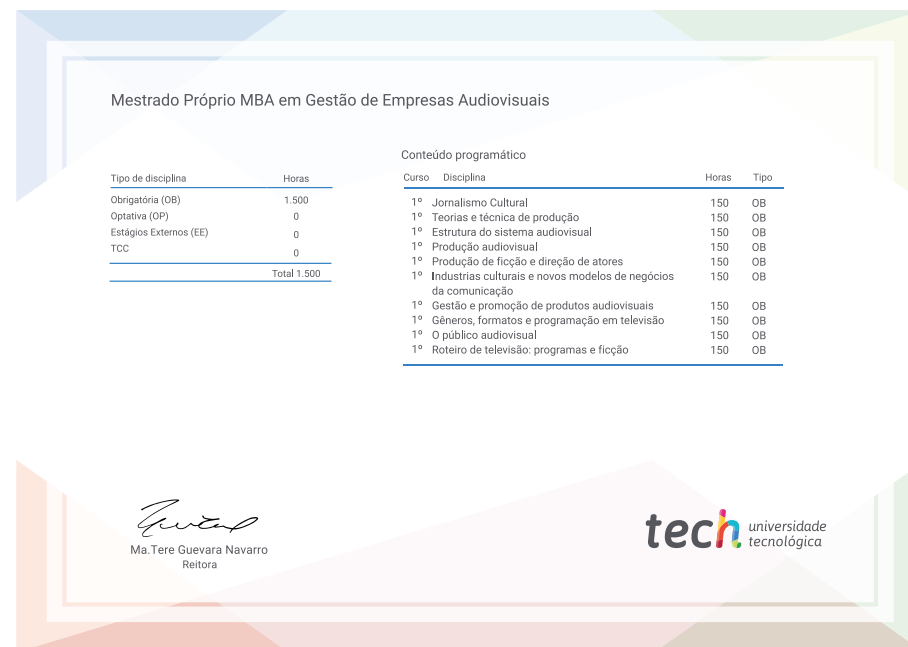
Este **Mestrado Próprio MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado.

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**

N.º de Horas Oficiais: **1.500h**



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

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

tech universidade
tecnológica

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