

Профессиональная магистерская специализация

Высший менеджмент
аудиовизуальных индустрий



Профессиональная магистерская специализация Высший менеджмент аудиовизуальных индустрий

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 2 года
- » Учебное заведение: TECH Технологический университет
- » Режим обучения: 16ч./неделя
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

Веб-доступ: www.techtitute.com/ru/videogames-design/advanced-master-degree/advanced-master-degree-senior-audiovisual-industry-management

Оглавление

01

Презентация

стр. 4

02

Цели

стр. 8

03

Компетенции

стр. 16

04

Руководство курса

стр. 20

05

Структура и содержание

стр. 26

06

Методология

стр. 42

07

Квалификация

стр. 50

01

Презентация

Аудиовизуальные компании, ориентированные на создание видеоигр, в последние годы переживают большой рост. Все больше и больше людей предпочитают такой отдых у себя дома, а каждый выход игры становится событием среди поклонников. В связи с этим компании должны знать, как управлять своим ростом, а также иметь возможность полагаться на лучшие управленческие команды. Именно поэтому TECH предлагает студентам возможность специализироваться на высшем менеджменте аудиовизуальной индустрии, что, несомненно, станет конкурентным преимуществом в их учебной программе, которое поможет им создать свой собственный бизнес или получить доступ к соответствующим должностям в основных компаниях сектора.



“

Самые успешные компании на рынке видеоигр имеют не только отличные творческие команды, но и высококлассных менеджеров и директоров. Эта программа поможет вам стать одним из них”

Аудиовизуальная индустрия развивается в различных направлениях: кино, телевидение, сериалы и т.д. Но есть одно направление, которое в последние годы переживает свой золотой век: это видеоигры. Каждый год тысячи поклонников с нетерпением ждут возможности первыми сыграть в главные новинки. Их даты выхода ожидают не меньше, чем премьеры голливудских фильмов, и, действительно, эта индустрия приносит миллионы евро.

В результате все больше людей хотят сделать это хобби своей профессией и предпочитают специализироваться на всем, что связано с созданием видеоигр. Учитывая эту уникальную возможность, TESH решил создать свой собственный факультет видеоигр, объединив в одном учреждении все академические программы, необходимые для профессионалов в этом секторе. При этом TESH сделал шаг вперед и не только задумался о важности разработки и создания такого рода развлечений, но и хочет предложить специальную программу по высшему менеджменту. Таким образом, студенты не только получают обширные знания о видеоиграх и аудиовизуальной индустрии, но и смогут управлять бизнесом благодаря специальным знаниям в области *бизнес-администрирования*.

Таким образом, сочетание двух направлений в одной программе добавит ценности в резюме и профессиональной подготовке студентов, предоставляя им общие знания и понимание сектора, а также позволит им получить доступ к соответствующим должностям с высокими заработными ожиданиями, и благодаря чему они смогут привести свои компании к самым высоким стандартам качества, поставив их в ряд самых известных на рынке.

Программа также прекрасно сочетает в себе теоретическое и практическое содержание, придавая каждому из них особое значение и отдавая предпочтение контекстному обучению, благодаря чему студенты в процессе обучения сталкиваются с ситуациями, с которыми они могут встретиться в реальной жизни. Кроме того, одним из главных преимуществ этой программы является то, что обучение будет проходить в 100% формате онлайн, без необходимости переездов и учебного расписания, поэтому студенты сами смогут планировать свой график и темп обучения, позволяя совмещать занятия с остальными повседневными обязанностями.

Данная **Профессиональная магистерская специализация в области высшего менеджмента аудиовизуальных индустрий** содержит самую полную и современную программу на рынке. Основными особенностями обучения являются:

- » Разработка практических кейсов, представленных экспертами в области аудиовизуального сектора
- » Наглядное, схематичное и исключительно практичное содержание курса предоставляет теоретические и практическую информацию по тем дисциплинам, которые необходимы для профессиональной практики
- » Практические упражнения для самопроверки, контроля и улучшения успеваемости
- » Особое внимание уделяется инновационным методологиям в области управления аудиовизуальными компаниями
- » Теоретические занятия, вопросы эксперту, дискуссионные форумы по спорным темам и самостоятельная работа
- » Учебные материалы курса доступны с любого стационарного или мобильного устройства с выходом в интернет



Самые популярные видеоигры на рынке принадлежат к аудиовизуальным индустриям высшего уровня. Данная Профессиональная магистерская специализация даст вам возможность достичь этого уровня и занять высокую должность”

“

Аудиовизуальная индустрия требует профессионалов с высоким уровнем менеджмента, способных управлять компаниями, чтобы поднять их до самых высоких стандартов качества”

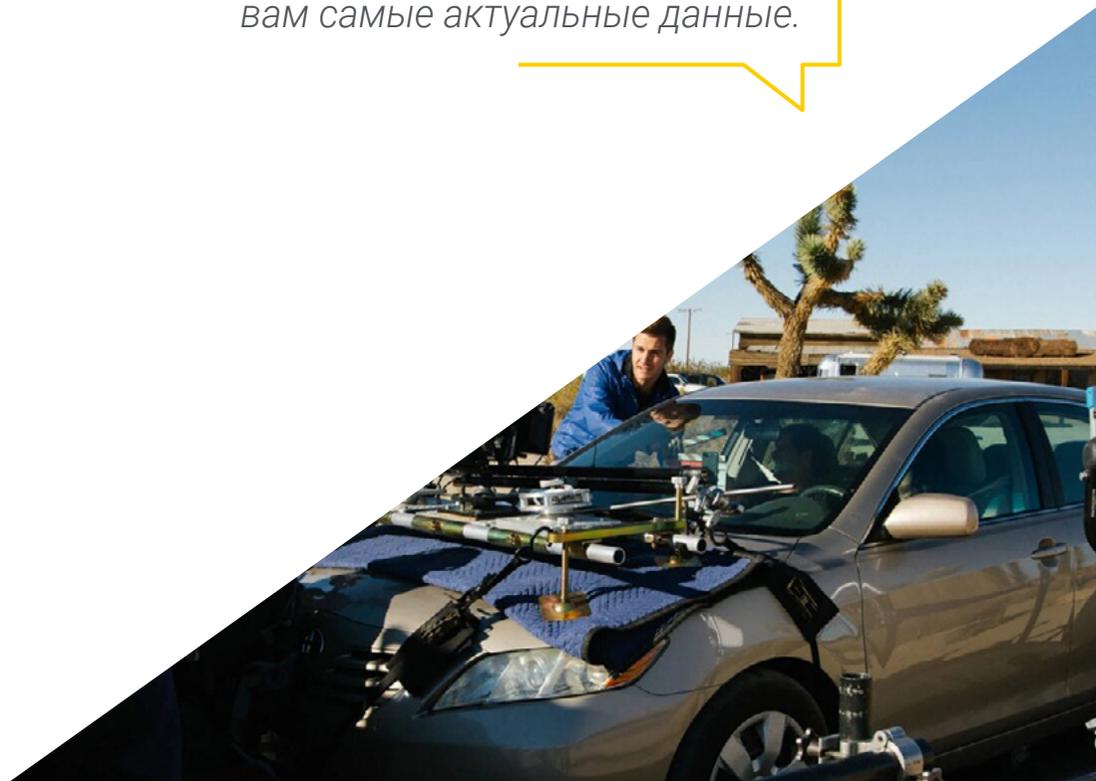
В преподавательский состав программы входят профессионалы в области видеоигр, которые вносят свой опыт работы в эту программу, а также признанные специалисты из ведущих сообществ и престижных университетов.

Мультимедийное содержание, разработанное с использованием новейших образовательных технологий, позволит профессионалам проходить обучение в симулированной среде, обеспечивающей иммерсивный учебный процесс, основанный на обучении в реальных ситуациях.

В центре внимания этой программы - проблемно-ориентированное обучение, с помощью которого студент должен попытаться решить различные ситуации профессиональной практики, возникающие в течение учебного курса. Для этого практикующему будет помогать инновационная интерактивная видеосистема, созданная известными и опытными специалистами.

Множество примеров из практики, представленных в этой Профессиональной магистерской специализации, станут для вас основой для более дидактического и эффективного обучения.

TECH создал этот факультет видеоигр, чтобы предложить вам самые актуальные данные.



02

Цели

Профессиональная магистерская специализация в области высшего менеджмента аудиовизуальной индустрии от ТЕСН была разработана с целью расширить подготовку дизайнеров видеоигр в этой области. Студенты получают доступ к инновационному содержанию, которое станет основополагающим для их профессионального роста. Учебный план включает в себя широкий спектр предметов: от конкретных аспектов управления бизнесом до самых передовых концепций аудиовизуальной индустрии. Это позволяет получить специализированный профессиональный уровень и иметь определенные навыки для выполнения каждого задания.





“

Индустрия видеоигр переживает настоящий подъем, поэтому ваша высшая специализация откроет для вас двери в этом секторе”



Общие цели

- » Развивать лидерские качества, необходимые для управления бизнесом
- » Знать и уметь управлять экономико-финансовыми сферами деятельности компании
- » Расширить знания и информированность студента в области журналистики, а точнее в области менеджмента аудиовизуальной индустрии
- » Научиться выполнять обязанности в этой области в специализированной и профессиональной среде

“

Nintendo и Ubisoft ищут менеджеров с профессиональным образованием, которое вы получите после прохождения данной Профессиональной магистерской специализации”





Конкретные цели

Модуль 1. Лидерство, этика и КСО

- » Развить ключевые лидерские качества, которые должны определять профессионалов своего дела
- » Развивать необходимые навыки для стратегического управления деловой деятельностью

Модуль 2. Стратегическое управление и исполнительный менеджмент

- » Определять последние тенденции в управлении бизнесом, принимая во внимание глобализованную среду, которая определяет критерии высшего управления
- » Разрабатывать стратегии принятия решений в сложной и нестабильной среде
- » Создавать корпоративные стратегии, задающие сценарий, по которому компания должна следовать, чтобы стать более конкурентоспособной и достичь своих целей

Модуль 3. Управление персоналом и талантами

- » Понять, как лучше управлять человеческими ресурсами компании, добиваясь их более эффективной работы в пользу прибыли компании

Модуль 4. Экономический и финансовый менеджмент

- » Понимать экономическую среду, в которой работает компания, и разрабатывать соответствующие стратегии для предвидения изменений
- » Уметь управлять экономическим и финансовым планом компании

Модуль 5. Управление операциями и логистикой

- » Понять логистические операции, необходимые в бизнес-среде, чтобы разработать адекватное управление ими

Модуль 6. Управление информационными системами

- » Уметь применять информационные и коммуникационные технологии в различных сферах деятельности компании

Модуль 7. Коммерческий менеджмент, маркетинг и корпоративные коммуникации

- » Осуществлять маркетинговую стратегию, которая позволяет нам сделать наш продукт известным нашим потенциальным клиентам и сформировать адекватный имидж нашей компании

Модуль 8. Инновации и управление проектами

- » Уметь разрабатывать все фазы бизнес-идеи: дизайн, технико-экономический план, исполнение, мониторинг и т.д
- » Создавать инновационные стратегии в соответствии с нашими проектами

Модуль 9. Культурная журналистика

- » Обладать сквозными и специфическими компетенциями, необходимыми для успешной работы с реальностью культурной журналистики в различных областях
- » Глубоко изучить цифровые коммуникации и культурную журналистику
- » Уметь определять, создавать и развивать истории с различными охватывающими их моментами, отличающиеся точностью и личным брендингом
- » Знать и развивать основные принципы документирования в культурной журналистике

- » Знать, понимать и определять новые проблемы в журналистике, культуре и веб 3.0
- » Ознакомиться с использованием социальных сетей в культурной журналистике и журналистских жанрах
- » Уметь использовать информацию через социальные сети и разработать план коммуникации
- » Разработать конкретное содержание в рамках культурной журналистики с учетом позиционирования

Модуль 10. Теория и техника создания

- » Понимать обстановку, в которой работает производственная команда: технологические средства, технические рутинные и кадровые ресурсы Рассмотреть роль директора в профессиональном контексте: компетенции и обязанности
- » Знать творческий путь идеи, от сценария до продукта на экране
- » Изучить базовые основы элементов постановки
- » Уметь анализировать и предвидеть необходимые средства из последовательности
- » Приобрести способность планировать повествовательные и документальные последовательности в соответствии с имеющимися средствами
- » Знать основные производственные технологии
- » Определять и соответствующим образом использовать технологические инструменты на различных этапах аудиовизуального процесса
- » Научиться применять на практике основные элементы и процессы аудиовизуального производства
- » Знать характеристики, использование и потребности многокамерных аудиовизуальных проектов
- » Уметь транслировать телевизионные программы из телестудии на экран
- » Понимать потребности и преимущества командной работы в многокамерных аудиовизуальных проектах

Модуль 11. Структура аудиовизуальной системы

- » Знать основы функционирования аудиовизуальной системы (знать основное содержание, узнать об авторах/текстах, над которыми работали по каждой теме)
- » Приобрести способность к теоретическому и критическому анализу организационных структур аудиовизуальной коммуникации (понимать основные идеи, соотносить концепции и элементы)
- » Изучить исторические, экономико-политические, социальные и технологические рамки, в которых производится, распространяется и потребляется аудиовизуальная продукция
- » Изучить природу и взаимосвязи между субъектами аудиовизуальной коммуникации: авторами, учреждениями, компаниями, СМИ, поддержкой и получателями
- » Определить текущие проблемы и дебаты, касающиеся аудиовизуальной системы

Модуль 12. Производство аудиовизуальной продукции

- » Знать исторические истоки аудиовизуальной продукции и ее эволюцию в современном обществе
- » Определить теоретические концепции, определяющие процессы производства аудиовизуальных произведений
- » Знать правовую базу и законодательство, которое регулирует сектор производства аудиовизуальной продукции, и его влияние на различные форматы производства
- » Уметь определять производственный дизайн аудиовизуального произведения на основе анализа источников его финансирования
- » Определить различные статьи бюджета аудиовизуального произведения

- » Определять производственные решения на основе окончательного экземпляра аудиовизуальной продукции
- » Определить каналы использования и маркетинга аудиовизуальной продукции
- » Определить и классифицировать команды людей и соответствующие и необходимые технические средства для каждой фазы проекта: пре-продакшн, запись/съемка, пост-продакшн
- » Контролировать процесс амортизации аудиовизуальной продукции

Модуль 13. Постановка художественных произведений и режиссура актеров

- » Предоставить студенту теоретические и технические основы, а также методы для решения, с повествовательной и эстетической точки зрения, проблемы производства аудиовизуальной художественной продукции в различных средствах массовой информации и технологиях
- » Изучить процессы создания, производства и пост-продакшна аудиовизуальных произведений (кино, телевидение), а также основные элементы повествования (изображение и звук)
- » Владеть теоретическими моделями построения повествования, механизмами, вовлеченными в создание историй и их артикуляцию через постановку, монтаж и пост-продакшн
- » Быть знакомым с целостной постановкой кинематографических и телевизионных аудиовизуальных спектаклей, брать на себя ответственность за руководство актерами и подстраиваться под сценарий, рабочий план или составленный ранее бюджет
- » Обладать навыками и умением режиссуры/кинопроизводства в соответствии со сценарием и планом съемок

- » Соотносить кино с другими изобразительными искусствами, такими как фотография и живопись
- » Проанализировать различия между режиссурой для театра и для кино, чтобы понять особенности двух языков
- » Понимать режиссерскую трактовку и ее особенности, чтобы сделать коммуникацию актера и режиссера более свободной

Модуль 14. Культурные индустрии и новые коммуникационные бизнес-модели

- » Изучить изменения, произошедшие в индустрии культуры в связи с поставкой и потреблением цифровых сетей, в их экономических, политических и социокультурных аспектах
- » Глубоко изучить проблемы, которые цифровая среда поставила перед бизнес-моделями журналистских компаний и других традиционных культурных индустрий
- » Проанализировать и разработать инновационные стратегии, способствующие совершенствованию процессов управления и принятия решений, а также разработке информационных продуктов в соответствии с потребностями аудитории и рекламодателей
- » Понимать изменения в процессах организации и управления стратегическими, человеческими, материальными и техническими ресурсами новых предприятий в цифровой среде

Модуль 15. Управление в системе продвижения аудиовизуальной продукции

- » Знать основные концепции, регулирующие дистрибуцию, маркетинг и распространение аудиовизуального продукта в современном обществе
- » Определить различные выставочные аудиовизуальные пространства и контроль амортизации
- » Знать стратегии исполнительного производства при разработке и последующем распространении аудиовизуальных проектов

- » Определить маркетинговый дизайн аудиовизуальной продукции через его отражение в различных современных аудиовизуальных медиа
- » Знать историю и современные проблемы кинофестивалей
- » Определить различные категории и формы проведения кинофестивалей
- » Проанализировать и интерпретировать экономическую, культурную и эстетическую логику кинофестивалей на местном, национальном и глобальном уровнях

Модуль 16. Жанры, форматы и программирование на телевидении

- » Знать понятие жанра в применении к производству литературного сценария и телевизионным развлечениям
- » Различать и интерпретировать различные жанры литературного сценария и телевизионных развлечений и их эволюцию с течением времени
- » Обладать способностью к культурному, социальному и экономическому анализу телевизионных жанров как структурирующего элемента практик создания и потребления аудиовизуальных произведений
- » Знать об изменениях и гибридизациях, происходящих в телевизионных жанрах в контексте современного телевидения
- » Распознавать различные форматы в контексте современной телевизионной панорамы
- » Определить ключи к формату, его структуру, функционирование и факторы влияния
- » Уметь интерпретировать, анализировать и комментировать телевизионный формат с профессиональной, эстетической и культурной точек зрения
- » Знать теоретические ключи и профессиональный, социальный и культурный контекст телевизионного программирования, уделяя особое внимание телевизионному программированию в испанской телевизионной модели
- » Знать основные приемы и процессы программирования на телевидении общего профиля



- » Понимать и критически анализировать процессы телевизионного предложения, его эволюцию и текущую реальность, в связи с феноменом приема и социальными и культурными контекстами, в которых оно производится

Модуль 17. Аудиовизуальная аудитория

- » Понять на теоретическом уровне направления исследований, посвященных аудиовизуальной рецепции
- » Выявить различия, существующие между разными способами подхода к изучению аудиовизуальной рецепции и современным состоянием вопроса
- » Понять принцип функционирования социальных сетей как основной части современной аудиовизуальной среды
- » Понимать связь между аудиторией и контентом
- » Понимать преобразования, вызванные дигитализацией

Модуль 18. Телевизионный сценарий: программы и литературные сценарии

- » Определить различные жанры телевизионных программ, чтобы определить, какие сценарные приемы для них необходимы
- » Знать различные инструменты, доступные телевизионному сценаристу
- » Узнать, как формат телевизионной программы связан с техникой ее написания
- » Понять основы динамики формата телевизионной программы
- » Рассмотреть список телешоу международной франшизы
- » Использовать критическую точку зрения при анализе различных жанров и форматов телевизионных программ на основе их сценариев
- » Знать, как представить проект сценария для телесериала

03

Компетенции

По окончании этой программы студенты получат квалификацию для управления компаниями в аудиовизуальной индустрии, специализирующимися в секторе видеоигр. Они приобретут специальные навыки, которые позволят им контролировать все аспекты деятельности компании, от самых предпринимательских, таких как управление экономикой, до самых креативных. Таким образом, студенты получают академическую и профессиональную подготовку, которая будет иметь заметные возможности для трудоустройства на рынке труда.





“

Если вы увлекаетесь видеоиграми, эта программа даст вам возможность получить знания, необходимые для управления самыми важными компаниями в этом секторе”



Общие профессиональные навыки

- » Контролировать различные отделы компании для достижения общих целей компании
- » Правильно управлять кадровыми ресурсами компании
- » Разработать глобальное управление аудиовизуальным коммуникационным проектом во всех его аспектах с полным контролем над различными агентами и процессами, которые в нем участвуют
- » Применять наиболее подходящие стратегии, способствующие росту аудиовизуальной компании





Профессиональные навыки

- » Проводить глобальное управление компаний, применяя методы руководства, которые влияют на производительность работников, таким образом, чтобы достигались цели компании
- » Быть частью и руководить корпоративной и конкурентной стратегией компании
- » Разрешать конфликты на предприятии и проблемы между работниками
- » Осуществлять правильное управление командой для повышения производительности и, следовательно, прибыли компании
- » Осуществлять экономический и финансовый контроль компании
- » Контролировать процессы логистики, закупок и снабжения компании
- » Глубоко изучить новые бизнес-модели информационных систем
- » Применять наиболее подходящие стратегии для электронной коммерции продуктов и услуг компании
- » Разрабатывать и возглавлять маркетинговые планы
- » Уделять внимание инновациям во всех процессах и сферах деятельности компании
- » Использовать социальные сети в журналистской среде
- » Знать состав команд по производству аудиовизуальной продукции
- » Организовать мизансцену, соответствующую целям аудиовизуального проекта
- » Планировать описательные действия с учетом имеющихся средств
- » Освоить различные фазы аудиовизуального проекта
- » Знать и применять организационные структуры аудиовизуальной коммуникации
- » Уметь адаптироваться к современным формам потребления
- » Знать реляционный код различных агентов аудиовизуальной коммуникации
- » Описать историческую эволюцию аудиовизуального производства
- » Создавать продукты с учетом имеющегося финансирования
- » Планировать амортизацию аудиовизуальной продукции
- » Производить аудиовизуальный продукт на разных носителях

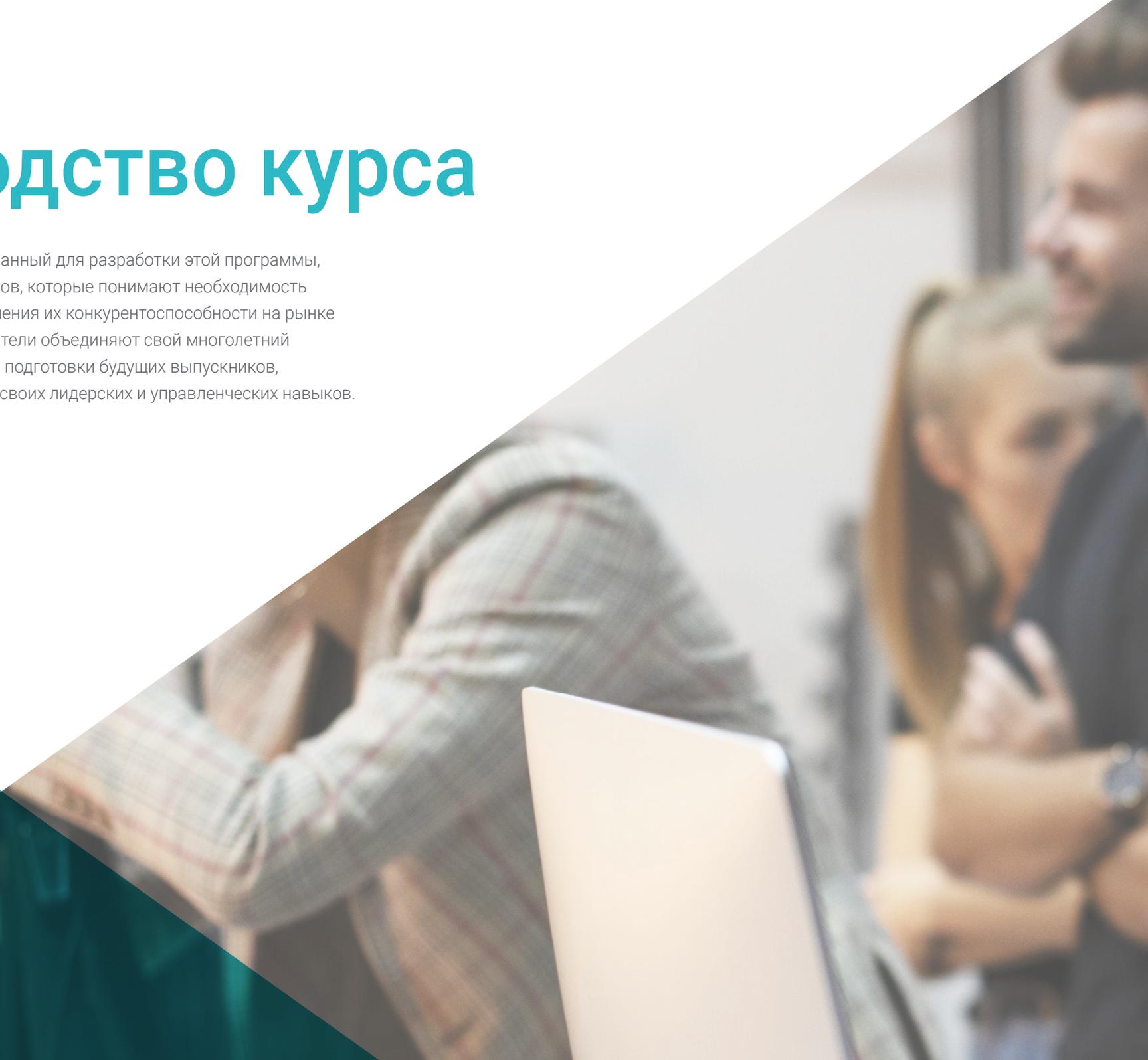


Разработка видеоигр - одна из важнейших сторон деятельности аудиовизуальных компаний. Специализируйтесь в этой области и получите возможность занять руководящую должность"

04

Руководство курса

Преподавательский состав, выбранный для разработки этой программы, состоит из группы профессионалов, которые понимают необходимость подготовки студентов для повышения их конкурентоспособности на рынке труда. Таким образом, преподаватели объединяют свой многолетний опыт в интересах академической подготовки будущих выпускников, заинтересованных в повышении своих лидерских и управленческих навыков.



““

TECH позволит вам приблизиться к специалистам престижных компаний, которые вносят опыт многолетней работы в программу данной Профессиональной магистерской специализации”

Приглашенный международный руководитель

Награжденная журналом Women We Admire за лидерство в новостном секторе, Амира Сиссе является авторитетным экспертом в области **аудиовизуальных коммуникаций**. Большую часть своей профессиональной карьеры она посвятила управлению международными проектами для известных брендов, основанными на самых инновационных **маркетинговых** стратегиях.

В этом смысле ее стратегические навыки и способность интегрировать новые технологии в мультимедийные контентные повествования авангардным способом позволили ей стать частью известных учреждений глобального масштаба. Например, **Google, NBCUniversal** или **Frederator Networks** в Нью-Йорке. Таким образом, ее работа была сосредоточена на создании коммуникационных кампаний для различных компаний, генерируя высококреативный **аудиовизуальный контент**, который эмоционально соединяется с аудиторией. Благодаря этому многим компаниям удалось сформировать лояльность потребителей в течение длительного периода времени, а также укрепить свое присутствие на рынке и обеспечить долгосрочную устойчивость.

Стоит отметить, что ее богатый опыт работы **простирается от производства телевизионных программ** или создания сложных **маркетинговых технологий** до управления визуальным контентом в основных **социальных сетях**. В то же время она считается настоящим **стратегом**, который выявляет культурно значимые возможности для клиентов. При этом она разрабатывает тактику, соответствующую ожиданиям и потребностям аудитории, что позволяет компаниям реализовывать экономически эффективные решения.

Будучи твердо привержена идее развития аудиовизуальной индустрии и совершенству в своей повседневной практике, она совмещает эти функции с ролью **исследователя**. Так, она написала множество научных статей, специализирующихся на таких новых областях, как динамика **поведения пользователей** в Интернете, влияние **киберспорта** на сферу развлечений и даже новейшие тенденции для повышения **креативности**.



Г-жа Cissé, Amirah

- Директор по глобальной клиентской стратегии в NBCUniversal в Нью-Йорке, США
- Эксперт по стратегии в Horizon Media, Нью-Йорк
- Менеджер по взаимодействию в Google, Калифорния
- Культурный стратег в Spaks & honey, Нью-Йорк
- Менеджер по работе с клиентами в Reelio, Нью-Йорк
- Координатор по работе с клиентами в Jun Group, Нью-Йорк
- Специалист по контент-стратегии в Frederator Networks, Нью-Йорк
- Исследователь в Генеалогическом и биографическом обществе Нью-Йорка
- Академическая стажировка по социологии и антропологии в Университете Канда Гайго
- Степень бакалавра изящных искусств по специальности «Социология» в Колледже Уильямса
- Сертификация по: Тренинги для руководителей и коучинг руководителей, маркетинговые исследования

“

Благодаря TECH вы сможете учиться у лучших мировых профессионалов”

Руководство



Г-н Ледесма Каррильо, Карлос Атсонья

- ♦ Руководитель международного / юридического отдела в компании Transporte Interurbanos de Tenerife S.A.U. (Междугородний транспорт Тенерифе)
- ♦ Менеджер по правовым вопросам, в Avalon Biz Consulting
- ♦ Инструктор Rgpd - Esfocс (Высшая школа обучения и квалификации Канарских островов)
- ♦ Юридический консультант, Transportes Interurbanos de Tenerife S.A.U
- ♦ Степень бакалавра в области юриспруденции Университета Ла-Лагуна. Санта-Крус-де-Тенерифе. Тенерифе
- ♦ Комплексное управление качеством, окружающей средой и охраной труда - Бизнес-школа Fyde Caja Canarias. Санта-Крус-де-Тенерифе, Тенерифе
- ♦ Стратегическое бизнес-планирование - Connect Americas. Вашингтон, США
- ♦ Курс профподготовки в области управления трудовыми ресурсами - Европейская Школа Управления и Предпринимательства. Мадрид
- ♦ Диплом по управлению знаниями в бизнесе - Образование без границ и Университет Короля Хуана Карлоса I. Мадрид, Испания
- ♦ MBA - Магистратура в области делового администрирования и менеджмента - Европейский университет Канарских островов. Ла-Ортава, Тенерифе



Преподаватели

Гн Гонсалес, Алексис

- » Финансовый директор банка Cajasiete на Тенерифе, Канарские острова
- » Соучредитель Инвестиционного клуба фондового рынка бизнес-школы
- » Степень бакалавра в области управления бизнесом и администрирования Университета Лас-Пальмас-де-Гран-Канария, специализация - финансы
- » Диплом по бизнес-исследованиям Университета Лас-Пальмас-де-Гран-Канария
- » Член № 1554 Коллегии экономистов Санта-Крус-де-Тенерифе
- » Степень магистра в области налогообложения и налогового консультирования, присвоенная Центром финансовых исследований в сотрудничестве с Испанской ассоциацией налоговых консультантов
- » Степень магистра программы Executive Master в области финансового менеджмента и продвинутых финансов Высшего института технических и банковских практик с отличием
- » Программа курса профессиональной подготовки по финансовому планированию и управленческому контролю в банковской сфере, Международная организация финансовых аналитиков (AFI)
- » Программа обучения Business Angels, организованная Научно-технологическим парком Тенерифе
- » Программа повышения квалификации руководителей в области управления портфелями для международных финансовых аналитиков

05

Структура и содержание

Программа Профессиональной магистерской специализации от TESH, разработанная специально для создателей видеоигр, была составлена с учетом потребностей профессионалов, которые хотят управлять собственными компаниями или получить доступ к руководящим должностям в компаниях данного сектора. Таким образом, студенты научатся руководить аудиовизуальными командами и проектами, а также приобретут специальные навыки, которые позволят им управлять всеми отделами аудиовизуальной компании.





“

*Обучение на этой
программе откроет двери на
высококонкурентный рынок труда”*

Модуль 1. Лидерство, этика и КСО

- 1.1. Глобальное управление
 - 1.1.1. Глобализация и тенденции: интернационализация рынков
 - 1.1.2. Экономическая среда и корпоративное управление
 - 1.1.3. *Accountability* или подотчетность
- 1.2. Лидерство
 - 1.2.1. Межкультурная среда
 - 1.2.2. Лидерство и менеджмент
 - 1.2.3. Роли и обязанности руководства
- 1.3. Деловая этика
 - 1.3.1. Этика и добросовестность
 - 1.3.2. Этичное ведение бизнеса
 - 1.3.3. Деонтология, этические кодексы и кодексы поведения
 - 1.3.4. Предотвращение мошенничества и коррупции
- 1.4. Устойчивое развитие
 - 1.4.1. Бизнес и устойчивое развитие
 - 1.4.2. Социальное, экологическое и экономическое воздействие
 - 1.4.3. Программа 2030 и ЦУР
- 1.5. Корпоративная социальная ответственность
 - 1.5.1. Корпоративная социальная ответственность
 - 1.5.2. Роли и обязанности
 - 1.5.3. Внедрение корпоративной социальной ответственности

Модуль 2. Стратегическое управление и исполнительный менеджмент

- 2.1. Организационный анализ и дизайн
 - 2.1.1. Организационная культура
 - 2.1.2. Организационный анализ
 - 2.1.3. Дизайн организационной структуры

- 2.2. Корпоративная стратегия
 - 2.2.1. Стратегия корпоративного уровня
 - 2.2.2. Типологии стратегий корпоративного уровня
 - 2.2.3. Определение корпоративной стратегии
 - 2.2.4. Корпоративная стратегия и репутационный имидж
- 2.3. Стратегическое планирование и формулирование
 - 2.3.1. Стратегическое мышление
 - 2.3.2. Стратегическое планирование и формулирование
 - 2.3.3. Устойчивое развитие и корпоративная стратегия
- 2.4. Стратегические модели и паттерны
 - 2.4.1. Богатство, стоимость и возврат инвестиций
 - 2.4.2. Корпоративная стратегия: методики
 - 2.4.3. Рост и консолидация корпоративной стратегии
- 2.5. Стратегическое управление
 - 2.5.1. Миссия, видение и стратегические ценности
 - 2.5.2. *Сбалансированная система показателей/Оценочный лист*
 - 2.5.3. Анализ, мониторинг и оценка корпоративной стратегии
 - 2.5.4. Стратегическое управление и *отчетность*
- 2.6. Внедрение стратегии и исполнение
 - 2.6.1. Стратегическая реализация: цели, действия и последствия
 - 2.6.2. Мониторинг и стратегическое согласование
 - 2.6.3. Подход к постоянному совершенствованию
- 2.7. Исполнительный менеджмент
 - 2.7.1. Интеграция функциональных стратегий в общие бизнес-стратегии
 - 2.7.2. Исполнительное управление и разработка процессов
 - 2.7.3. *Управление знаниями*
- 2.8. Анализ и решение дел/проблем
 - 2.8.1. Методология решения проблем
 - 2.8.2. Метод кейсов
 - 2.8.3. Позиционирование и принятие решений

Модуль 3. Управление персоналом и талантами

- 3.1. Организационное поведение
 - 3.1.1. Теория организаций
 - 3.1.2. Ключевые факторы изменений в организациях
 - 3.1.3. Корпоративные стратегии, типологии и управление знаниями
- 3.2. Стратегическое управление персоналом
 - 3.2.1. Разработка рабочих мест, трудоустройство и отбор персонала
 - 3.2.2. Стратегический план управления человеческими ресурсами: разработка и реализация
 - 3.2.3. Анализ рабочих мест; проектирование процесса подбора персонала
 - 3.2.4. Обучение и профессиональное развитие
- 3.3. Развитие менеджмента и лидерства
 - 3.3.1. Управленческие навыки: компетенции и способности 21 века
 - 3.3.2. Не управленческие навыки
 - 3.3.3. Карта компетенций и навыков
 - 3.3.4. Лидерство и управление персоналом
- 3.4. Управление изменениями
 - 3.4.1. Анализ производительности
 - 3.4.2. Стратегический подход
 - 3.4.3. Управление изменениями: ключевые факторы, разработка и управление процессом
 - 3.4.4. Подход к постоянному совершенствованию
- 3.5. Переговоры и управление конфликтами
 - 3.5.1. Цели переговоров: отличительные элементы
 - 3.5.2. Эффективные методы ведения переговоров
 - 3.5.3. Конфликты: факторы и типологии
 - 3.5.4. Эффективное управление конфликтами: переговоры и коммуникация
- 3.6. Управленческая коммуникация
 - 3.6.1. Анализ производительности
 - 3.6.2. Управлять изменениями. Сопротивление изменениям
 - 3.6.3. Управление процессами изменений
 - 3.6.4. Управление мультикультурными командами

- 3.7. Управление командой и эффективность работы людей
 - 3.7.1. Многокультурная и многодисциплинарная среда
 - 3.7.2. Управление командой и людьми
 - 3.7.3. Коучинг и эффективность работы с людьми
 - 3.7.4. Управленческие совещания: планирование и управление временем
- 3.8. Управление знаниями и талантами
 - 3.8.1. Выявление знаний и талантов в организациях
 - 3.8.2. Корпоративные модели управления знаниями и талантами
 - 3.8.3. Креативность и инновации

Модуль 4. Экономический и финансовый менеджмент

- 4.1. Экономическая среда
 - 4.1.1. Теория организаций
 - 4.1.2. Ключевые факторы изменений в организациях
 - 4.1.3. Корпоративные стратегии, типологии и управление знаниями
- 4.2. Управленческий учет
 - 4.2.1. Международная система бухгалтерского учета
 - 4.2.2. Введение в цикл бухгалтерского учета
 - 4.2.3. Бухгалтерская отчетность предприятий
 - 4.2.4. Анализ финансовых отчетов: принятие решений
- 4.3. Бюджет и управленческий контроль
 - 4.3.1. Планирование бюджета
 - 4.3.2. Управленческий контроль: структура и цели
 - 4.3.3. Мониторинг и отчетность
- 4.4. Корпоративная финансовая ответственность
 - 4.4.1. Корпоративная финансовая ответственность
 - 4.4.2. Налоговая процедура: страновой отчет
- 4.5. Системы управления предприятием
 - 4.5.1. Типологии контроля
 - 4.5.2. Нормативно-правовое соответствие/комплаенс
 - 4.5.3. Внутренний аудит
 - 4.5.4. Внешний аудит

- 4.6. Финансовый менеджмент
 - 4.6.1. Введение в финансовый менеджмент
 - 4.6.2. Финансовый менеджмент и корпоративная стратегия
 - 4.6.3. Финансовый директор или *Chief Financial Officer* (CFO): управленческие компетенции
- 4.7. Финансовое планирование
 - 4.7.1. Бизнес-модели и потребности в финансировании
 - 4.7.2. Инструменты финансового анализа
 - 4.7.3. Краткосрочное финансовое планирование
 - 4.7.4. Долгосрочное финансовое планирование
- 4.8. Корпоративная финансовая стратегия
 - 4.8.1. Корпоративные финансовые инвестиции
 - 4.8.2. Стратегический рост: типологии
- 4.9. Макроэкономический контекст
 - 4.9.1. Макроэкономический анализ
 - 4.9.2. Экономические показатели
 - 4.9.3. Экономический цикл
- 4.10. Стратегическое финансирование
 - 4.10.1. Банковский бизнес: современные условия
 - 4.10.2. Анализ и управление рисками
- 4.11. Деньги и рынки капитала
 - 4.11.1. Рынок фиксированного дохода
 - 4.11.2. Переменный доход
 - 4.11.3. Оценка стоимости компании
- 4.12. Анализ и решение дел/проблем
 - 4.12.1. Методология решения проблем
 - 4.12.2. Метод кейсов

Модуль 5. Управление операциями и логистикой

- 5.1. Управление операциями
 - 5.1.1. Определение стратегии операций
 - 5.1.2. Планирование и контроль цепочки поставок
 - 5.1.3. Системы индикаторов

- 5.2. Управление закупками
 - 5.2.1. Управление запасами
 - 5.2.2. Управление складом
 - 5.2.3. Управление закупками и снабжением
- 5.3. *Управление цепями поставок (1)*
 - 5.3.1. Стоимость и эффективность цепочки операций
 - 5.3.2. Изменение структуры спроса
 - 5.3.3. Изменение стратегии операционной деятельности
- 5.4. *Управление цепями поставок (2). Исполнение*
 - 5.4.1. *Бережливое производство/Бережливое мышление*
 - 5.4.2. Управление логистикой
 - 5.4.3. Закупки
- 5.5. Логистические процессы
 - 5.5.1. Организация и управление процессами
 - 5.5.2. Закупки, производство, распределение
 - 5.5.3. Качество, затраты на качество и инструменты
 - 5.5.4. Послепродажное обслуживание
- 5.6. Логистика и клиенты
 - 5.6.1. Анализ спроса и прогнозирование
 - 5.6.2. Прогнозирование и планирование продаж
 - 5.6.3. *Совместное планирование, прогнозирование и пополнение запасов*
- 5.7. Международная логистика
 - 5.7.1. Таможенные, экспортные и импортные процессы
 - 5.7.2. Методы и средства международных платежей
 - 5.7.3. Международные логистические платформы
- 5.8. Конкуренция по операциям
 - 5.8.1. Инновации в операционной деятельности как конкурентное преимущество предприятия
 - 5.8.2. Новые технологии и науки
 - 5.8.3. Информационные системы в операциях

Модуль 6. Управление информационными системами

- 6.1. Управление информационными системами
 - 6.1.1. Информационные системы в бизнесе
 - 6.1.2. Стратегические решения
 - 6.1.3. Роль CIO
- 6.2. Информационные технологии и бизнес-стратегия
 - 6.2.1. Анализ компании и отрасли
 - 6.2.2. Бизнес-модели на базе Интернета
 - 6.2.3. Значение ИТ в бизнесе
- 6.3. Стратегическое планирование ИБ
 - 6.3.1. Процесс стратегического планирования
 - 6.3.2. Формулировка стратегии ИБ
 - 6.3.3. План реализации стратегии
- 6.4. Информационные системы и *Business intelligence*
 - 6.4.1. CRM и *Business Intelligence*
 - 6.4.2. Управление проектами *Business intelligence*
 - 6.4.3. Архитектура *Business intelligence*
- 6.5. Новые бизнес-модели на основе ИКТ
 - 6.5.1. Бизнес-модели на основе технологий
 - 6.5.2. Способность к инновациям
 - 6.5.3. Перепроектирование процессов цепочки создания стоимости
- 6.6. Электронная коммерция
 - 6.6.1. Стратегический план электронной коммерции
 - 6.6.2. Управление логистикой и обслуживание клиентов в электронной коммерции
 - 6.6.3. *Электронная коммерция* как возможность интернационализации
- 6.7. Стратегии *электронной коммерции*
 - 6.7.1. Стратегии в социальных сетях
 - 6.7.2. Оптимизация каналов обслуживания и поддержки клиентов
 - 6.7.3. Цифровое регулирование

- 6.8. *Цифровой бизнес*
 - 6.8.1. Мобильная *электронная коммерция*
 - 6.8.2. Дизайн и юзабилити
 - 6.8.3. Операции электронной коммерции

Модуль 7. Коммерческий менеджмент, маркетинг и корпоративные коммуникации

- 7.1. Управление продажами
 - 7.1.1. Управление продажами
 - 7.1.2. Коммерческая стратегия
 - 7.1.3. Техника продаж и ведения переговоров
 - 7.1.4. Управление отделом продаж
- 7.2. Маркетинг
 - 7.2.1. Маркетинг и влияние на бизнес
 - 7.2.2. Основные переменные маркетинга
 - 7.2.3. План маркетинга
- 7.3. Стратегическое управление маркетингом
 - 7.3.1. Источники инноваций
 - 7.3.2. Современные тенденции в маркетинге
 - 7.3.3. Инструменты маркетинга
 - 7.3.4. Маркетинговая стратегия и коммуникация с клиентами
- 7.4. Стратегия цифрового маркетинга
 - 7.4.1. Подход к цифровому маркетингу
 - 7.4.2. Инструменты цифрового маркетинга
 - 7.4.3. *Входящий маркетинг* и эволюция цифрового маркетинга
- 7.5. Стратегия продаж и коммуникаций
 - 7.5.1. Позиционирование и продвижение
 - 7.5.2. Связи с общественностью
 - 7.5.3. Стратегия продаж и коммуникаций

- 7.6. Корпоративная коммуникация
 - 7.6.1. Внутренние и внешние коммуникации
 - 7.6.2. Отдел коммуникаций
 - 7.6.3. Менеджеры по коммуникации: управленческие компетенции и обязанности
- 7.7. Корпоративная коммуникационная стратегия
 - 7.7.1. Корпоративная коммуникационная стратегия
 - 7.7.2. План коммуникации
 - 7.7.3. Написание пресс-релизов/клиппинг/реклама

Модуль 8. Инновации и управление проектами

- 8.1. Инновации
 - 8.1.1. Управление инновациями на макроуровне.
 - 8.1.2. Типологии инноваций
 - 8.1.3. Непрерывные и прерывистые инновации
 - 8.1.4. Обучение и инновации
- 8.2. Инновационные стратегии
 - 8.2.1. Инновации и корпоративная стратегия
 - 8.2.2. Глобальный инновационный проект: разработка и управление
 - 8.2.3. Семинары по инновациям
- 8.3. Разработка и проверка бизнес-модели
 - 8.3.1. Методология *бережливого стартапа*
 - 8.3.2. Инновационная бизнес-инициатива: этапы
 - 8.3.3. Способы финансирования
 - 8.3.4. Инструменты моделирования: карта эмпатии, Канва и метрики
 - 8.3.5. Рост и лояльность
- 8.4. Руководство и управление проектами
 - 8.4.1. Инновационные возможности
 - 8.4.2. Техничко-экономическое обоснование и спецификация предложений
 - 8.4.3. Определение и разработка проектов
 - 8.4.4. Реализация проекта
 - 8.4.5. Закрытие проекта



Модуль 9. Культурная журналистика

- 9.1. Понятие и разграничения культурной журналистики
 - 9.1.1. Введение: понятие культуры
 - 9.1.2. Культурная информация об искусстве
 - 9.1.3. Культурная информация об исполнительских искусствах
 - 9.1.4. Культурная информация о кино
 - 9.1.5. Культурная информация о музыке
 - 9.1.6. Культурная информация о книгах
- 9.2. Истоки культурной журналистики
 - 9.2.1. Введение
 - 9.2.2. Зарождение культуры в прессе
 - 9.2.3. Зарождение культуры на радио
 - 9.2.4. Зарождение культуры на телевидении
- 9.3. Практика культурной журналистики
 - 9.3.1. Введение
 - 9.3.2. Общие положения
 - 9.3.3. Факторы интереса и критерии оценки для разработки культурной информации
- 9.4. Источники культурной журналистики
 - 9.4.1. Введение
 - 9.4.2. Общие источники культурной информации
 - 9.4.3. Определенные источники аудиовизуальной информации о культуре
- 9.5. Жанры культурно-просветительского дискурса
 - 9.5.1. Введение
 - 9.5.2. Новость
 - 9.5.3. Собеседование
 - 9.5.4. Хроника
 - 9.5.5. Репортаж
- 9.6. Современная разносторонность культурной информации в прессе, на радио и телевидении
 - 9.6.1. Введение
 - 9.6.2. Культурная информация в прессе
 - 9.6.3. Культурная информация на радио
 - 9.6.4. Культурная информация на телевидении

- 9.7. Культура и Интернет
 - 9.7.1. Введение
 - 9.7.2. Культура и Интернет
 - 9.7.3. Преимущества культуры
- 9.8. Культурный маркетинг
 - 9.8.1. Введение
 - 9.8.2. Культурный маркетинг
 - 9.8.3. Как осуществляется культурный маркетинг?
- 9.9. Анализ культуры
 - 9.9.1. Введение
 - 9.9.2. Теоретико-методологический подход к культуре
 - 9.9.3. Культура, коммуникация и смысловое значение
 - 9.9.4. Культура и образы
- 9.10. Киберкультура и цифровая журналистика культурного контента
 - 9.10.1. Введение
 - 9.10.2. Определение киберкультуры
 - 9.10.3. Цифровая журналистика культурного контента
 - 9.10.4. Ключи к цифровой журналистике культурного контента

Модуль 10. Теория и техника создания

- 10.1. Производство как создание аудиовизуального произведения. Рабочая группа
 - 10.1.1. От литературного сценария к техническому сценарию или афише спектакля
 - 10.1.2. Рабочая группа
- 10.2. Элементы постановки на экран. Материалы для создания
 - 10.2.1. Пространственная преадаптация. Художественное руководство
 - 10.2.2. Элементы мизансцены
- 10.3. Пре-продакшн. Документы по производству
 - 10.3.1. Технический сценарий
 - 10.3.2. Сценографический план
 - 10.3.3. *Сториборд*
 - 10.3.4. Планирование
 - 10.3.5. План съемки

- 10.4. Выразительное значение звука
 - 10.4.1. Типология звуковых элементов
 - 10.4.2. Построение звукового пространства
- 10.5. Выразительное значение света
 - 10.5.1. Выразительное значение света
 - 10.5.2. Основные техники освещения
- 10.6. Основные приемы съемки одной камерой
 - 10.6.1. Использование и техника однокамерной съемки
 - 10.6.2. Поджанр *найденных кадров*. Художественное и документальное кино
 - 10.6.3. Однокамерная съемка на телевидении
- 10.7. Монтаж
 - 10.7.1. Ассамбляж Реконструкция пространства и времени
 - 10.7.2. Нелинейные методы сборки
- 10.8. Постпродакшн и цветокоррекция
 - 10.8.1. Пост-продакшн
 - 10.8.2. Концепция вертикального монтажа
 - 10.8.3. Градация цвета
- 10.9. Форматы и команда производства
 - 10.9.1. Многокамерные форматы
 - 10.9.2. Студия и оборудование
- 10.10. Ключи, методы и процедуры в многокамерном производстве
 - 10.10.1. Многокамерные методы
 - 10.10.2. Некоторые распространенные форматы

Модуль 11. Структура аудиовизуальной системы

- 11.1. Введение в индустрию культуры (ИК)
 - 11.1.1. Концепция культуры. Культура-коммуникация
 - 11.1.2. Теория и эволюция ИК: типология и модели
- 11.2. Киноиндустрия I
 - 11.2.1. Характеристики и основные действующие лица
 - 11.2.2. Структура пленочной системы

- 11.3. Киноиндустрия II
 - 11.3.1. Киноиндустрия США
 - 11.3.2. Независимые производственные компании
 - 11.3.3. Проблемы и дебаты в киноиндустрии
- 11.4. Киноиндустрия III
 - 11.4.1. Положение о кинематографе: Государство и культура. Политика в области защиты и продвижения кинематографа
 - 11.4.2. Тематические исследования
- 11.5. Телевизионная индустрия I
 - 11.5.1. Экономическое телевидение
 - 11.5.2. Основополагающие модели
 - 11.5.3. Преобразования
- 11.6. Телевизионная индустрия II
 - 11.6.1. Американская телевизионная индустрия
 - 11.6.2. Основные характеристики
 - 11.6.3. Государственное регулирование
- 11.7. Телевизионная индустрия III
 - 11.7.1. Общественное телевидение в Европе
 - 11.7.2. Кризисы и дебаты
- 11.8. Оси перемен
 - 11.8.1. Новые процессы в аудиовизуальном секторе
 - 11.8.2. Нормативные дебаты
- 11.9. Цифровое наземное телевидение (ЦНТ)
 - 11.9.1. Роль государства и опыт
 - 11.9.2. Новые характеристики телевизионной системы
- 11.10. Новые участники аудиовизуального ландшафта
 - 11.10.1. Платформы *Over-the-top* (OTT)
 - 11.10.2. Последствия их появления

Модуль 12. Производство аудиовизуальной продукции

- 12.1. Производство аудиовизуальной продукции
 - 12.1.1. Вводные понятия
 - 12.1.2. Аудиовизуальная индустрия
- 12.2. Команды создания проекта
 - 12.2.1. Специалисты
 - 12.2.2. Продюсер и сценарист
- 12.3. Аудиовизуальный проект
 - 12.3.1. Управление проектами
 - 12.3.2. Оценка проекта
 - 12.3.3. Презентация проектов
- 12.4. Способы производства и финансирования
 - 12.4.1. Финансирование аудиовизуального производства
 - 12.4.2. Способы производства аудиовизуальной продукции
 - 12.4.3. Ресурсы для предварительного финансирования
- 12.5. Производственная группа и разбивка сценария
 - 12.5.1. Команды создания проекта
 - 12.5.2. Разбивка сценария
- 12.6. Места для съемки
 - 12.6.1. Локации
 - 12.6.2. Декорации
- 12.7. Контракты на проведение кастинга и съемок
 - 12.7.1. *Кастинг*
 - 12.7.2. *Кинопробы*
 - 12.7.3. Договоры, права и страхование
- 12.8. План работы и бюджет аудиовизуальной работы
 - 12.8.1. План работы
 - 12.8.2. Бюджет

- 12.9. Производство в области киносъемки или звукозаписи
 - 12.9.1. Подготовка к съемкам
 - 12.9.2. Оборудование и средства съемки
- 12.10. Постпродакшн и период завершения работы аудиовизуального произведения
 - 12.10.1. Монтаж и пост-продакшн
 - 12.10.2. Завершающая стадия создания и распространение

Модуль 13. Постановка литературных сценариев и режиссура актеров

- 13.1. Постановка литературных сценариев
 - 13.1.1. Введение
 - 13.1.2. Процесс и его инструменты
- 13.2. Оптика и камера
 - 13.2.1. Объективы и кадрирование
 - 13.2.2. Движение камеры
 - 13.2.3. Непрерывность
- 13.3. Свет и цвет: теоретические аспекты
 - 13.3.1. Экспозиция
 - 13.3.2. Теория цвета
- 13.4. Освещение в кино
 - 13.4.1. Инструменты
 - 13.4.2. Повествовательная функция света
- 13.5. Цвет и оптика
 - 13.5.1. Управление цветом
 - 13.5.2. Оптика
 - 13.5.3. Управление изображением
- 13.6. Работа на съемочной площадке
 - 13.6.1. Список отснятых материалов
 - 13.6.2. Команда и ее обязанности

- 13.7. Технические вопросы в кинорежиссуре
 - 13.7.1. Технические ресурсы
- 13.8. Видение продюсера
 - 13.8.1. Слово за продюсером
- 13.9. Цифровые преобразования
 - 13.9.1. Аналогово-цифровые преобразования в пленочной фотографии
 - 13.9.2. Эпоха цифрового постпроизводства
- 13.10. Руководство актеров
 - 13.10.1. Введение
 - 13.10.2. Основные методы и приемы
 - 13.10.3. Работа с актерами

Модуль 14. Культурные индустрии и новые коммуникационные бизнес-модели

- 14.1. Концепции культуры, экономики, коммуникации, технологии, IoT
 - 14.1.1. Культура, экономика, коммуникация
 - 14.1.2. Культурные индустрии
- 14.2. Технология, коммуникация и культура
 - 14.2.1. Народный промысел в бизнес-индустрии
 - 14.2.2. От живого исполнения до визуального искусств
 - 14.2.3. Музеи и наследие
- 14.3. Основные сектора индустрии культуры
 - 14.3.1. Издательские продукты
 - 14.3.2. Поточковый процесс индустрии культуры
 - 14.3.3. Гибридные модели
- 14.4. Цифровая эра в индустрии культуры
 - 14.4.1. Цифровизация в сфере культуры
 - 14.4.2. Новые модели в цифровую эпоху
- 14.5. Цифровые медиа и медиа в цифровую эпоху
 - 14.5.1. Бизнес онлайн-прессы
 - 14.5.2. Радио в цифровой среде
 - 14.5.3. Особенности СМИ в цифровую эпоху

- 14.6. Глобализация и разнообразие в культуре
 - 14.6.1. Концентрация, интернационализация и глобализация культурных индустрий
 - 14.6.2. Борьба за культурное разнообразие
- 14.7. Политика в области культуры и сотрудничества
 - 14.7.1. Культурная политика
 - 14.7.2. Роль государств и регионов стран
- 14.8. Музыкальное разнообразие в облаке
 - 14.8.1. Музыкальный сектор в наши дни
 - 14.8.2. Облако
 - 14.8.3. Латиноамериканские инициативы
- 14.9. Многообразие в аудиовизуальной индустрии
 - 14.9.1. От плюрализма к разнообразию
 - 14.9.2. Многообразие, культура и коммуникация
 - 14.9.3. Выводы и предложения
- 14.10. Аудиовизуальное разнообразие в Интернет
 - 14.10.1. Аудиовизуальная система в эпоху Интернета
 - 14.10.2. Телевизионные предложения и разнообразие
 - 14.10.3. Выводы

Модуль 15. Управление в системе продвижения аудиовизуальной продукции

- 15.1. Распространение аудиовизуальной продукции
 - 15.1.1. Введение
 - 15.1.2. Актеры дистрибьюции
 - 15.1.3. Продукты маркетинга
 - 15.1.4. Области дистрибьюции аудиовизуальной продукции
 - 15.1.5. Национальная дистрибьюция
 - 15.1.6. Международная дистрибьюция

- 15.2. Дистрибьюторская компания
 - 15.2.1. Организационные структуры
 - 15.2.2. Переговоры по дистрибьюторскому контракту
 - 15.2.3. Международные клиенты
- 15.3. Операционные окна, контракты и международные продажи
 - 15.3.1. Операционные окна
 - 15.3.2. Международные дистрибьюторские контракты
 - 15.3.3. Международные продажи
- 15.4. Киномаркетинг
 - 15.4.1. Киномаркетинг
 - 15.4.2. Цепочка создания стоимости в кинобизнесе
 - 15.4.3. Рекламные средства на службе продвижения
 - 15.4.4. Инструменты для запуска
- 15.5. Исследование рынка в кино
 - 15.5.1. Введение
 - 15.5.2. Предпроизводственная фаза
 - 15.5.3. Постпроизводственная фаза
 - 15.5.4. Этап маркетинга
- 15.6. Социальные сети и продвижение фильмов
 - 15.6.1. Введение
 - 15.6.2. Обещания и ограничения социальных сетей
 - 15.6.3. Цели и их измерение
 - 15.6.4. План и стратегии продвижения
 - 15.6.5. Интерпретация данных сетей
- 15.7. Распространение аудиовизуальных материалов в Интернете I
 - 15.7.1. Новый мир распространения аудиовизуальной продукции
 - 15.7.2. Процесс распространения в Интернете
 - 15.7.3. Продукты и возможности в новом сценарии
 - 15.7.4. Новые способы распространения

- 15.8. Распространение аудиовизуальных материалов в Интернете II
 - 15.8.1. Ключи к новому сценарию
 - 15.8.2. Опасности, связанные с распространением информации в Интернете
 - 15.8.3. *Video on Demand* (VOD) как новое окно распространения
- 15.9. Новые помещения для дистрибуции
 - 15.9.1. Введение
 - 15.9.2. Революция Netflix
- 15.10. Кинофестивали
 - 15.10.1. Введение
 - 15.10.2. Роль кинофестивалей в прокате и показе фильмов

Модуль 16. Жанры, форматы и программирование на телевидении

- 16.1. Телевизионные жанры
 - 16.1.1. Введение
 - 16.1.2. Телевизионные жанры
- 16.2. Телевизионный формат
 - 16.2.1. Подход к понятию формата
 - 16.2.2. Телевизионные форматы
- 16.3. Создание телевидения
 - 16.3.1. Креативный процесс в сфере развлечений
 - 16.3.2. Креативный процесс в литературном сценарии
- 16.4. Эволюция форматов на современном международном рынке I
 - 16.4.1. Консолидация формата
 - 16.4.2. Формат реалити ТВ
 - 16.4.3. Что нового в *реалити-шоу*
 - 16.4.4. Цифровое наземное телевидение и финансовый кризис
- 16.5. Эволюция форматов на современном международном рынке II
 - 16.5.1. Развивающиеся рынки
 - 16.5.2. Глобальные бренды
 - 16.5.3. Телевидение изобретает себя заново
 - 16.5.4. Эпоха глобализации

- 16.6. Продажа формата. *Питчинг*
 - 16.6.1. Продажа телевизионного формата
 - 16.6.2. *Питчинг*
- 16.7. Введение в телевизионное программирование
 - 16.7.1. Роль программирования
 - 16.7.2. Факторы, влияющие на программирование
- 16.8. Модели телевизионного программирования
 - 16.8.1. США и Великобритания
 - 16.8.2. Испания
- 16.9. Профессиональная практика телевизионного программирования
 - 16.9.1. Отдел программирования
 - 16.9.2. Программирование для телевидения
- 16.10. Исследование аудитории
 - 16.10.1. Исследование аудитории на телевидении
 - 16.10.2. Понятие аудитории и рейтинги

Модуль 17. Аудиовизуальная аудитория

- 17.1. Аудитории в аудиовизуальных СМИ
 - 17.1.1. Введение
 - 17.1.2. Публичные аудитории
- 17.2. Изучение аудиторий: традиции I
 - 17.2.1. Теория эффектов
 - 17.2.2. Теория использования и удовлетворения
 - 17.2.3. Культурология
- 17.3. Аудиторные исследования: традиции II
 - 17.3.1. Изучение приема
 - 17.3.2. Аудитория для гуманистических исследований
- 17.4. Аудитории с экономической точки зрения
 - 17.4.1. Введение
 - 17.4.2. Измерение аудитории
- 17.5. Теории приема
 - 17.5.1. Введение в теорию рецепции
 - 17.5.2. Исторический подход к изучению рецепции
- 17.6. Аудитория в цифровом мире
 - 17.6.1. Цифровая среда
 - 17.6.2. Культура общения и конвергенции
 - 17.6.3. Активный характер аудитории
 - 17.6.4. Интерактивность и участие
 - 17.6.5. Транснациональность аудитории
 - 17.6.6. Фрагментированная аудитория
 - 17.7.6. Автономность аудиторий
- 17.7. Аудитории: основные вопросы I
 - 17.7.1. Введение
 - 17.7.2. Кто они?
 - 17.7.3. Почему они пользуются?
- 17.8. Аудитории: основные вопросы II
 - 17.8.1. Чем они пользуются?
 - 17.8.2. Как они пользуются?
 - 17.8.3. С какой целью?
- 17.9. Модель *вовлеченности* I
 - 17.9.1. *Вовлеченность* как метаизмерение поведения аудитории
 - 17.9.2. Комплексная оценка *вовлеченности*
- 17.10. Модель *вовлеченности* II
 - 17.10.1. Введение. Параметры *вовлеченности*
 - 17.10.2. *Вовлеченность* и пользовательский опыт
 - 17.10.3. *Вовлеченность* как эмоциональная реакция аудитории
 - 17.10.4. *Вовлеченность* как результат человеческого познания
 - 17.10.5. Наблюдаемое поведение аудитории как выражение *вовлеченности*

Модуль 18. Телевизионный сценарий: программы и художественные сценарии

- 18.1. Телевизионный нарратив
 - 18.1.1. Концепции и ограничения
 - 18.1.2. Кодексы и структуры
- 18.2. Нарративные категории в телевидении
 - 18.2.1. Высказывание
 - 18.2.2. Персонажи
 - 18.2.3. Действия и преобразования
 - 18.2.4. Пространство
 - 18.2.5. Время
- 18.3. Телевизионные жанры и виды
 - 18.3.1. Нарративные единицы
 - 18.3.2. Телевизионные жанры и виды
- 18.4. Виды литературного сценария
 - 18.4.1. Художественные передачи
 - 18.4.2. Ситуационная комедия
 - 18.4.3. Драматические сериалы
 - 18.4.4. Мыльные оперы
 - 18.4.5. Другие виды
- 18.5. Сценарий телевизионной фантастики
 - 18.5.1. Введение
 - 18.5.2. Техника
- 18.6. Драма на телевидении
 - 18.6.1. Драматический сериал
 - 18.6.2. Мыльные оперы
- 18.7. Комедийный сериал
 - 18.7.1. Введение
 - 18.7.2. *Ситком*



- 18.8. Сценарий развлечения
 - 18.8.1. Пошаговый сценарий
 - 18.8.2. Писать, чтобы сказать
- 18.9. Написание сценария развлекательного мероприятия
 - 18.9.1. Совещание по сценарию
 - 18.9.2. Технический сценарий
 - 18.9.3. Разбивка сценария
 - 18.9.4. Сводка
- 18.10. Разработка развлекательных сценариев
 - 18.10.1. Журнал
 - 18.10.2. Комедийная программа
 - 18.10.3. Шоу талантов
 - 18.10.4. Документальный фильм
 - 18.10.5. Другие виды

“ *Инновационная программа, которая позволит вам в короткие сроки достичь высшей категории в аудиовизуальном менеджменте* ”

06

Методология

Данная учебная программа предлагает особый способ обучения. Наша методология разработана в режиме циклического обучения: **Relearning**. Данная система обучения используется, например, в самых престижных медицинских школах мира и признана одной из самых эффективных ведущими изданиями, такими как **Журнал медицины Новой Англии**.



“

Откройте для себя методику *Relearning*, которая отвергает традиционное линейное обучение, чтобы показать вам циклические системы обучения: способ, который доказал свою огромную эффективность, особенно в предметах, требующих запоминания”

Исследование кейсов для контекстуализации всего содержания

Наша программа предлагает революционный метод развития навыков и знаний. Наша цель - укрепить компетенции в условиях меняющейся среды, конкуренции и высоких требований.

“

С TECH вы сможете познакомиться со способом обучения, который опровергает основы традиционных методов образования в университетах по всему миру”



Вы получите доступ к системе обучения, основанной на повторении, с естественным и прогрессивным обучением по всему учебному плану.



В ходе совместной деятельности и рассмотрения реальных кейсов студент научится разрешать сложные ситуации в реальной бизнес-среде.

Инновационный и отличный от других метод обучения

Эта программа TECH - интенсивная программа обучения, созданная с нуля, которая предлагает самые сложные задачи и решения в этой области на международном уровне. Благодаря этой методологии ускоряется личностный и профессиональный рост, делая решающий шаг на пути к успеху. Метод кейсов, составляющий основу данного содержания, обеспечивает следование самым современным экономическим, социальным и профессиональным реалиям.

“ *Наша программа готовит вас к решению новых задач в условиях неопределенности и достижению успеха в карьере”*

Метод кейсов является наиболее широко используемой системой обучения в лучших бизнес-школах мира на протяжении всего времени их существования. Разработанный в 1912 году для того, чтобы студенты-юристы могли изучать право не только на основе теоретического содержания, метод кейсов заключается в том, что им представляются реальные сложные ситуации для принятия обоснованных решений и ценностных суждений о том, как их разрешить. В 1924 году он был установлен в качестве стандартного метода обучения в Гарвардском университете.

Что должен делать профессионал в определенной ситуации? Именно с этим вопросом мы сталкиваемся при использовании метода кейсов - метода обучения, ориентированного на действие. На протяжении 4 лет обучения, студенты будут сталкиваться с многочисленными реальными случаями из жизни. Им придется интегрировать все свои знания, исследовать, аргументировать и защищать свои идеи и решения.

Методология *Relearning*

TECH эффективно объединяет метод кейсов с системой 100% онлайн-обучения, основанной на повторении, которая сочетает 8 различных дидактических элементов в каждом уроке.

Мы улучшаем метод кейсов с помощью лучшего метода 100% онлайн-обучения: *Relearning*.

*В 2019, году мы достигли
лучших результатов
обучения среди всех онлайн-
университетов в мире.*

В TECH вы будете учиться по передовой методике, разработанной для подготовки руководителей будущего. Этот метод, играющий ведущую роль в мировой педагогике, называется *Relearning*.

Наш университет - единственный вуз, имеющий лицензию на использование этого успешного метода. В 2019 году нам удалось повысить общий уровень удовлетворенности наших студентов (качество преподавания, качество материалов, структура курса, цели...) по отношению к показателям лучшего онлайн-университета.





В нашей программе обучение не является линейным процессом, а происходит по спирали (мы учимся, разучиваемся, забываем и заново учимся). Поэтому мы дополняем каждый из этих элементов по концентрическому принципу. Благодаря этой методике более 650000 выпускников университетов добились беспрецедентного успеха в таких разных областях, как биохимия, генетика, хирургия, международное право, управленческие навыки, спортивная наука, философия, право, инженерное дело, журналистика, история, финансовые рынки и инструменты. Наша методология преподавания разработана в среде с высокими требованиями к уровню подготовки, с университетским контингентом студентов с высоким социально-экономическим уровнем и средним возрастом 43,5 года.

Методика Relearning позволит вам учиться с меньшими усилиями и большей эффективностью, все больше вовлекая вас в процесс обучения, развивая критическое мышление, отстаивая аргументы и противопоставляя мнения, что непосредственно приведет к успеху.

Согласно последним научным данным в области нейронауки, мы не только знаем, как организовать информацию, идеи, образы и воспоминания, но и знаем, что место и контекст, в котором мы что-то узнали, имеют фундаментальное значение для нашей способности запомнить это и сохранить в гиппокампе, чтобы удержать в долгосрочной памяти.

Таким образом, в рамках так называемого нейрокогнитивного контекстно-зависимого электронного обучения, различные элементы нашей программы связаны с контекстом, в котором участник развивает свою профессиональную практику.

В рамках этой программы вы получаете доступ к лучшим учебным материалам, подготовленным специально для вас:



Учебный материал

Все дидактические материалы создаются преподавателями специально для студентов этого курса, чтобы они были действительно четко сформулированными и полезными.

Затем вся информация переводится в аудиовизуальный формат, создавая дистанционный рабочий метод TECH. Все это осуществляется с применением новейших технологий, обеспечивающих высокое качество каждого из представленных материалов.



Мастер-классы

Существуют научные данные о пользе экспертного наблюдения третьей стороны.

Так называемый метод обучения у эксперта укрепляет знания и память, а также формирует уверенность в наших будущих сложных решениях.



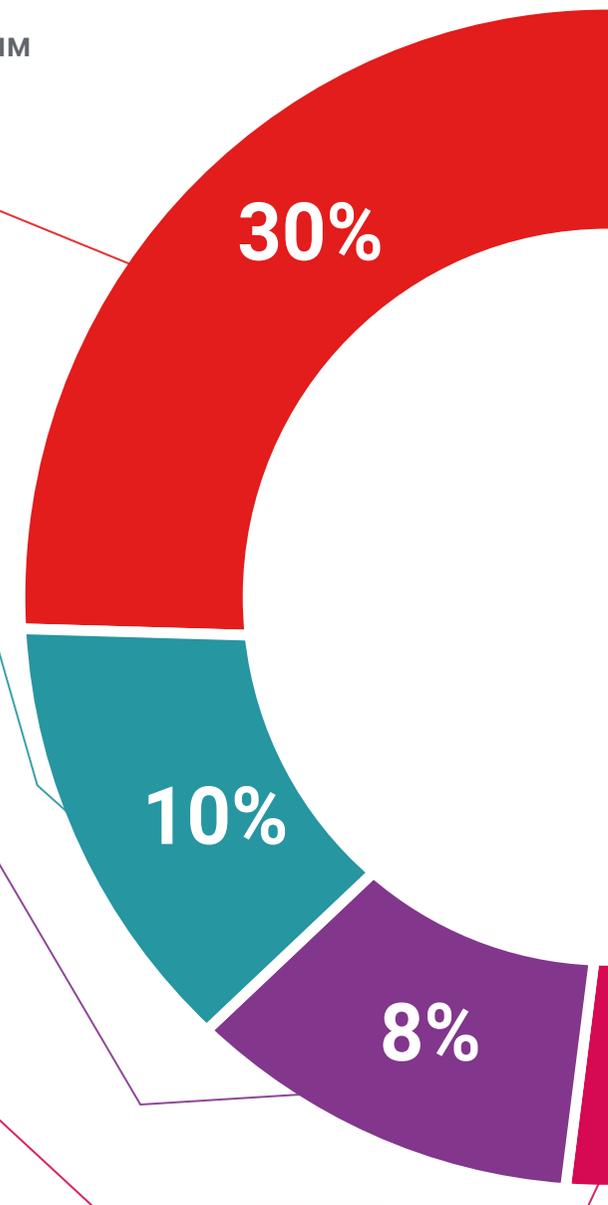
Практика навыков и компетенций

Студенты будут осуществлять деятельность по развитию конкретных компетенций и навыков в каждой предметной области. Практика и динамика приобретения и развития навыков и способностей, необходимых специалисту в рамках глобализации, в которой мы живем.



Дополнительная литература

Новейшие статьи, консенсусные документы и международные руководства включены в список литературы курса. В виртуальной библиотеке TECH студент будет иметь доступ ко всем материалам, необходимым для завершения обучения.





Метод кейсов

Метод дополнится подборкой лучших кейсов, выбранных специально для этой квалификации. Кейсы представляются, анализируются и преподаются лучшими специалистами на международной арене.



Интерактивные конспекты

Мы представляем содержание в привлекательной и динамичной мультимедийной форме, которая включает аудио, видео, изображения, диаграммы и концептуальные карты для закрепления знаний. Эта уникальная обучающая система для представления мультимедийного содержания была отмечена компанией Microsoft как "Европейская история успеха".



Тестирование и повторное тестирование

На протяжении всей программы мы периодически оцениваем и переоцениваем ваши знания с помощью оценочных и самооценочных упражнений: так вы сможете убедиться, что достигаете поставленных целей.



07

Квалификация

Профессиональная магистерская специализация в области высшего менеджмента аудиовизуальных индустрий гарантирует, помимо самого строгого и современного обучения, получение диплома о прохождении Профессиональной магистерской специализации, выдаваемого ТЕСН Технологическим университетом.



“

Успешно пройдите эту программу и получите университетский диплом без хлопот, связанных с поездками и оформлением документов”

Данная **Профессиональная магистерская специализация в области высшего менеджмента аудиовизуальных индустрий** содержит самую полную и современную программу на рынке.

После прохождения аттестации студент получит по почте* с подтверждением получения соответствующий диплом **Профессиональной магистерской специализации**, выданный **TECH Технологическим университетом**.

Диплом, выданный **TECH Технологическим университетом**, подтверждает квалификацию, полученную на Профессиональной магистерской специализации, и соответствует требованиям, обычно предъявляемым биржами труда, конкурсными экзаменами и комитетами по оценке карьеры.

Диплом: **Профессиональная магистерская специализация в области высшего менеджмента аудиовизуальных индустрий**

Количество учебных часов: **3000 часов**



*Гаагский апостиль. В случае, если студент потребует, чтобы на его диплом в бумажном формате был проставлен Гаагский апостиль, TECH EDUCATION предпримет необходимые шаги для его получения за дополнительную плату.

Будущее

Здоровье Доверие Люди

Образование Информация Тьюторы

Гарантия Аккредитация Преподавание

Институты Технология Обучение

Сообщество Обязательство

tech технологический
университет

Профессиональная
магистерская специализация
Высший менеджмент
аудиовизуальных индустрий

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 2 года
- » Учебное заведение: TECH Технологический университет
- » Режим обучения: 16ч./неделя
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

Развитие Институты

Виртуальный класс Языки

Персональное внимание Инновации

Знания Настоящее Качество

Веб обучение

Профессиональная магистерская специализация

Высший менеджмент
аудиовизуальных индустрий