

Mestrado

MBA em Gestão de
Empresas Audiovisuais



Mestrado

MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificação: TECH Global University
- » Créditos: 60 ECTS
- » Horário: a tua scelta
- » Exames: online

Acesso ao site: www.techtute.com/pt/videojogo/mestrado/mestrado-mba-gestao-empresas-audiovisuais

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Competências

pág. 14

04

Direção do curso

pág. 18

05

Estrutura e conteúdo

pág. 22

06

Metodologia

pág. 30

07

Certificação

pág. 38

01

Apresentação

A produção audiovisual é definida por muitos profissionais como uma arte em que um produto é criado para ser transmitido em diferentes meios de comunicação. Começar neste campo requer conhecimentos especializados sobre formatos, géneros e programação de televisão, por exemplo, a estrutura do sistema audiovisual ou o desenvolvimento da técnica certa para traduzir uma ideia em realidade. Desta forma, com esta licenciatura, os estudantes interessados no mundo dos videojogos poderão alargar os seus horizontes profissionais e levar os seus conhecimentos à gestão de uma empresa criativa.



“

*Poderá adaptar as suas ideias e levá-las
a diferentes formatos graças ao conteúdo
deste programa”*

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

Neste sentido, os seus conhecimentos podem ser perfeitamente transferidos para o campo audiovisual. Por este motivo, o Mestrado MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais fornecerá as ferramentas necessárias para organizar e gerir os processos das diferentes áreas de trabalho envolvidas na criação de uma série de televisão, de um filme ou vídeo digitais. Com esta abordagem, iniciaremos uma viagem através dos conceitos de jornalismo cultural, o impacto das redes sociais sobre o mesmo, e os conteúdos que ajudam a posicionar-se em diferentes plataformas.

Por outro lado, o estudante aprenderá sobre os aspetos técnicos centrados na realização de um projeto audiovisual, abordando os pontos de vista teóricos e práticos que compõem o processo criativo. Desta forma, poderá executar, de um ponto de vista narrativo e estético, a produção de ficção audiovisual, tendo em conta os diferentes meios e tecnologias. Assim, poderá compreender a estrutura do sistema audiovisual e a forma como a produção deste tipo de conteúdos contempla o seu financiamento e a sua valorização de investimento em termos de custos e benefícios.

Por esta razão, serão estabelecidas as bases que determinam a direção de atores na ficção e a criação do discurso narrativo. Desta forma, podem ser feitos mais progressos no sentido de uma compreensão da indústria cultural e dos novos modelos de comunicação que estão atualmente a ser desenvolvidos. Por outro lado, um conhecimento profundo dos novos géneros e formatos utilizados na televisão é indispensável para o desenvolvimento do estudante nesta área. Como resultado, dar-lhe-á a perspetiva necessária para realizar as tarefas de direção de acordo com o calendário de filmagem, guião e plano de filmagem.

No final do programa, o estudante, como criador e designer de videojogos, poderá organizar uma mise-en-scène e planear ações narrativas que se enquadrem em diferentes meios de produção. Representando assim, um perfil de trabalho completo e integral.

Este **Mestrado MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado. As características que mais se destacam são:

- ♦ O desenvolvimento de casos práticos apresentados por especialistas em produções audiovisuais
- ♦ O conteúdo gráfico, esquemático e eminentemente prático do livro fornece informações científicas e práticas sobre as disciplinas que são essenciais para a prática profissional
- ♦ Exercícios práticos onde o processo de autoavaliação pode ser levado a cabo a fim de melhorar a aprendizagem
- ♦ O seu foco especial em metodologias inovadoras no desenvolvimento de novas produções
- ♦ Palestras teóricas, perguntas ao especialista, fóruns de discussão sobre questões controversas e atividades de reflexão individual
- ♦ A disponibilidade de acesso ao conteúdo a partir de qualquer dispositivo fixo ou portátil com ligação à Internet



*Alargue os seus horizontes
profissionais, compreendendo como
funciona a indústria audiovisual”*

“

O setor audiovisual precisa de designers como você, capazes de conceber e executar uma cena digital”

O corpo docente do curso inclui profissionais do setor que trazem a sua experiência profissional para esta capacitação, para além de especialistas reconhecidos de sociedades de referência e universidades de prestígio.

O seu conteúdo multimédia, desenvolvido com a mais recente tecnologia educacional, permitirá ao profissional uma aprendizagem situada e contextual, ou seja, um ambiente simulado que proporcionará uma formação imersiva programada para treinar em situações reais.

A conceção deste programa baseia-se na Aprendizagem Baseada nos Problemas, através da qual o instrutor deve tentar resolver as diferentes situações da atividade profissional que surgem ao longo do curso académico. Para tal, contará com a ajuda de um sistema inovador de vídeo interativo desenvolvido por especialistas reconhecidos.

Com este programa poderá adaptar a história de um videojogo a um formato televisivo.

Conheça o processo de pós-produção por detrás da realização de uma série de televisão.



02

Objetivos

Nesta certificação, os estudantes conseguirão uma versão melhor de si próprios, acedendo à informação mais completa e atualizada do mercado. Por esta razão, há vários objetivos que ajudarão a orientar o caminho académico para compreender o ambiente de trabalho de uma equipa de produção, a elaboração de um guião e todos os aspetos envolvidos na distribuição do produto final. Desta forma, poderá melhorar o seu perfil profissional para trabalhar na indústria.



“

*Os objetivos estabelecidos nesta certificação
irão ajudá-lo a desenvolver a sua criatividade
para trabalhar na indústria audiovisual”*



Objetivos gerais

- ♦ Alargar o conhecimento e a informação 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 funções neste campo num ambiente especializado e profissional

“

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





Objetivos específicos

Módulo 1. Jornalismo cultural

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

Módulo 2. Teoria e técnica da realização

- ♦ Conhecer o ambiente de trabalho da equipa de produção: meios tecnológicos, rotinas técnicas e recursos humanos O papel do realizador em contextos profissionais: competências e responsabilidades
- ♦ Conhecer a viagem criativa da ideia, desde o guião até ao produto no ecrã
- ♦ Aprender o básico dos elementos da colocação em cena
- ♦ Ser capaz de analisar e prever os meios necessários com base numa sequência

- ♦ Adquirir a capacidade de planear sequências narrativas e documentais de acordo com os meios disponíveis
- ♦ Conhecer as técnicas básicas de realização
- ♦ Identificar e utilizar de forma adequada as ferramentas tecnológicas nas diferentes fases do processo audiovisual
- ♦ Aprender a pôr em prática os elementos e processos fundamentais da narração audiovisual
- ♦ Conhecer as características, usos e necessidades de projetos audiovisuais multi-câmaras
- ♦ Ser capaz de transferir programas de televisão do aparelho para o ecrã
- ♦ Compreender as necessidades e vantagens do trabalho de equipa em projetos audiovisuais multicâmaras

Módulo 3. Estrutura do sistema audiovisual

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

Módulo 4. Produção audiovisual

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

Módulo 5. Realização de ficção e direção de atores

- ♦ Proporcionar aos estudantes os fundamentos teóricos e técnicos, bem como as competências instrumentais para abordar, de um ponto de vista narrativo e estético, a produção de ficção audiovisual, em diferentes meios e tecnologias
- ♦ Estudar os processos de criação, realização e pós-produção de obras audiovisuais (cinema, televisão), bem como os elementos básicos da narração (imagem e som)
- ♦ Tratar adequadamente os modelos teóricos de construção narrativa, os mecanismos envolvidos na criação de histórias e a sua articulação através da encenação, edição e pós-produção
- ♦ Conhecer a montagem integral das produções audiovisuais de cinema e televisão, assumir a responsabilidade pela direção de atores e adaptar-se ao guião, plano de trabalho ou orçamento prévio
- ♦ Capacidade e habilidade para a direção/realização em cinema de acordo com um calendário, guião e plano de filmagem

- ♦ Relacionar o filme com outras artes pictóricas, tais como fotografia e pintura
- ♦ Analisar as diferenças entre a realização para teatro e para cinema, a fim de compreender as particularidades das linguagens
- ♦ Conhecer os métodos interpretativos e a sua origem a fim de tornar a comunicação ator-diretor mais fluente

Módulo 6. Indústrias Culturais e novos modelos de negócio da comunicação

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

Módulo 7. Gestão e promoção de produtos audiovisuais

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

Módulo 8. Géneros, formatos e programação televisiva

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

Módulo 9. O Público audiovisual

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

Módulo 10. Escrita de guiões para televisão: programas e ficção

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



*O guião tornar-se-á a alma da sua história.
Aprenda a adaptá-lo de acordo com o
formato em que a obra será transmitida”*

03

Competências

No final desta certificação, o estudante poderá desempenhar várias funções numa empresa audiovisual. Consequentemente, compreenderá a gestão e impacto global de um projeto de comunicação em cada uma das suas fases, sendo capaz de tomar decisões corretas face a qualquer eventualidade e mantendo sempre um pensamento objetivo. Como resultado, terá as competências necessárias para organizar a encenação, utilizar os meios de comunicação social à sua disposição e planejar o orçamento necessário para qualquer trabalho criativo.



“

Com este programa irá adquirir as competências necessárias para levar um videojogo para o grande ecrã”



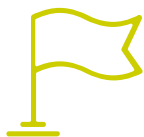
Competência geral

- ♦ Desenvolver a gestão global de um projeto de comunicação audiovisual em todas e cada uma das suas facetas

“

Se sabe como utilizar as redes para seu benefício, poderá criar uma produção que se adapta às necessidades do público”





Competências específicas

- ◆ Descrever o que é o jornalismo cultural
- ◆ Saber como mover-se eficazmente na rede 3.0
- ◆ Utilização das redes sociais num ambiente jornalístico
- ◆ Conhecer a composição das equipas de produção audiovisual
- ◆ Organizar uma encenação
- ◆ Plano de ações narrativas ajustadas aos meios disponíveis
- ◆ Dominar as diferentes fases do projeto audiovisual
- ◆ Utilizar o sistema multicâmara
- ◆ Conhecer e aplicar as estruturas organizacionais da comunicação audiovisual
- ◆ Saber adaptar-se aos padrões de consumo do momento
- ◆ Conhecer o código relacional dos diferentes agentes da comunicação audiovisual
- ◆ Ter um visão contextual
- ◆ Descrever o desenvolvimento histórico da produção audiovisual
- ◆ Conhecer o quadro jurídico
- ◆ Criar produtos ajustados ao financiamento disponível
- ◆ Distribuir o orçamento por diferentes rubricas
- ◆ Conhecer as vias de distribuição
- ◆ Organizar as diferentes equipas humanas
- ◆ Planeamento da amortização de produtos audiovisuais
- ◆ Produzir um produto audiovisual em diferentes meios de comunicação
- ◆ Conhecer os diferentes processos criativos e produtivos
- ◆ Criar e supervisionar a criação de um relato audiovisual
- ◆ Realizar um projeto audiovisual
- ◆ Dirigir um projeto audiovisual
- ◆ Dirigir os atores
- ◆ Adaptar-se às transformações da oferta e do consumo
- ◆ Reconhecer os desafios do panorama digital
- ◆ Conceber estratégias de gestão inovadoras
- ◆ Saber como organizar a distribuição eficiente de um produto audiovisual
- ◆ Monitorizar as amortizações do produto
- ◆ Aplicar a organização executiva a estas tarefas
- ◆ Reconhecer desenhos diferentes de comercialização
- ◆ Explicar a situação atual do cinema neste contexto
- ◆ Reconhecer todos os géneros da produção audiovisual
- ◆ Explicar a relação entre géneros e dinâmica social
- ◆ Compreender o estado atual do consumo televisivo
- ◆ Reconhecer as diferentes chaves comunicativas dos vários formatos em relação com os contextos culturais
- ◆ Definir as diferentes correntes de estudos no setor audiovisual
- ◆ Compreender o funcionamento das redes a partir deste ponto de vista
- ◆ Descrever a relação entre público e conteúdo
- ◆ Saber quais são as adaptações necessárias para a digitalização audiovisual
- ◆ Saber como funciona o processo de criação de um guião de ficção
- ◆ Saber que tipo de guião cada género necessita
- ◆ Conhecer o trabalho do guionista de televisão
- ◆ Conhecer os diferentes franchising de formatos televisivo
- ◆ Apresentar um projeto de série de televisão

04

Direção do curso

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



“

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

Diretor Internacional Convidado

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

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

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

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



Sra. Cissé, Amirah

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



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

05

Estrutura e conteúdo

Para estar em sintonia com os requisitos exigidos pelo setor, este Mestrado MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais fornece aos estudantes os conteúdos mais recentes e inovadores do mercado. Portanto, em cada módulo aprenderá sobre diferentes aspetos do funcionamento da área, tais como a utilização de redes sociais no jornalismo cultural, o processo de criação e pós-produção, a produção do guião, entre outros. Desta forma, o designer de videojogos poderá entrar neste campo de trabalho.



“

O conteúdo deste programa irá ajudá-lo a preparar-se para o desafio de trabalhar numa empresa audiovisual”

Módulo 1. Jornalismo cultural

- 1.1. O Jornalismo cultural nos meios convencionais e a sua integração no mundo digital
- 1.2. A arte de contar histórias
- 1.3. Guias essenciais para a documentação jornalística cultural
- 1.4. A filosofia da comunicação 3.0
- 1.5. Gestão de meios e Redes Sociais
- 1.6. Conteúdo jornalístico interativo
- 1.7. Paradigmas de comunicação
- 1.8. Posicionamento na web: SEO, SEM, SMO, SMM, SERM. Conteúdos jornalísticos especializados
- 1.9. Análises da cultura
- 1.10. Cibercultura e jornalismo digital de conteúdo cultural

Módulo 2. Teoria e técnica da realização

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

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

Módulo 3. Estrutura do sistema audiovisual

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

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

Módulo 4. Produção audiovisual

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

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

Módulo 5. Realização de ficção e direção de atores

- 5.1. A implementação da ficção
 - 5.1.1. Introdução
 - 5.1.2. O processo e as suas ferramentas
- 5.2. A ótica e as câmaras
 - 5.2.1. Ótica e enquadramento
 - 5.2.2. Movimento de câmara
 - 5.2.3. Continuidade
- 5.3. Luz e cor: aspetos teóricos
 - 5.3.1. Exposição
 - 5.3.2. Teoria das cores

- 5.4. Iluminação no cinema
 - 5.4.1. Ferramentas
 - 5.4.2. A iluminação como narrativa
- 5.5. Cor e óticas
 - 5.5.1. Controlo das cores
 - 5.5.2. As óticas
 - 5.5.3. O controlo da imagem
- 5.6. O trabalho no set
 - 5.6.1. A lista de planos
 - 5.6.2. A equipa e as suas funções
- 5.7. Questões técnicas na realização de filmes
 - 5.7.1. Os recursos da técnica
- 5.8. A visão dos diretores
 - 5.8.1. Os diretores tomam a palavra
- 5.9. Transformações digitais
 - 5.9.1. Transformações analógico-digitais na fotografia cinematográfica
 - 5.9.2. O reinado da pós-produção digital
- 5.10. Direção de atores
 - 5.10.1. Introdução
 - 5.10.2. Principais métodos e técnicas
 - 5.10.3. Trabalhar com atores

Módulo 6. Indústrias 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. Indústrias Culturais
- 6.2. Tecnologia, comunicação e cultura
 - 6.2.1. Cultura artesanal mercantilizada
 - 6.2.2. Do espetáculo ao vivo às artes visuais
 - 6.2.3. Museus e património
- 6.3. Os principais sectores das Indústrias Culturais
 - 6.3.1. Produtos editoriais
 - 6.3.2. Os C.I.'s de fluxo



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

Módulo 7. Gestão e promoção de produtos audiovisuais

- 7.1. Distribuição audiovisual
 - 7.1.1. Introdução
 - 7.1.2. Agentes de distribuição
 - 7.1.3. Comercialização de produtos
 - 7.1.4. Os campos da distribuição audiovisual

- 7.1.5. Distribuição internacional
- 7.2. A empresa de distribuição
 - 7.2.1. Estruturas organizativas
 - 7.2.2. A negociação do contrato de distribuição
 - 7.2.3. Clientes internacionais
- 7.3. Janelas de exploração, contratos e vendas internacionais
 - 7.3.1. Janelas de trabalho
 - 7.3.2. Contratos de distribuição internacional
 - 7.3.3. Vendas internacionais
- 7.4. Marketing cinematográfico
 - 7.4.1. Marketing cinematográfico
 - 7.4.2. A cadeia de valor da produção do filme
 - 7.4.3. Os meios de publicidade ao serviço da promoção
 - 7.4.4. As ferramentas de lançamento
- 7.5. Pesquisa de mercado em filme
 - 7.5.1. Introdução
 - 7.5.2. Fase de pré-produção
 - 7.5.3. Fase de pós-produção
 - 7.5.4. Fase de comercialização
- 7.6. Redes sociais e promoção cinematográfica
 - 7.6.1. Introdução
 - 7.6.2. Promessas e limites das redes sociais
 - 7.6.3. Os objetivos e a sua medição
 - 7.6.4. Calendário e estratégias de advocacia
 - 7.6.5. Interpretar o que dizem as redes
- 7.7. A distribuição audiovisual na Internet I
 - 7.7.1. O novo mundo da distribuição audiovisual
 - 7.7.2. O processo de distribuição pela Internet
 - 7.7.3. Produtos e possibilidades no novo cenário
 - 7.7.4. Novos modos de distribuição

- 7.8. A distribuição audiovisual na Internet II
 - 7.8.1. Chaves para o novo cenário
 - 7.8.2. Os perigos da distribuição na Internet
 - 7.8.3. O *Video on Demand* (VOD) como nova janela de distribuição
- 7.9. Novos espaços para distribuição
 - 7.9.1. Introdução
 - 7.9.2. A Revolução Netflix
- 7.10. Festivais de cinema
 - 7.10.1. Introdução
 - 7.10.2. O papel dos festivais de cinema na distribuição turística

Módulo 8. Géneros, formatos e programação em televisão

- 8.1. O género na televisão
 - 8.1.1. Introdução
 - 8.1.2. Géneros de televisão
- 8.2. O formato na televisão
 - 8.2.1. Abordagem do conceito de formatos
 - 8.2.2. Formatos de televisão
- 8.3. Criar televisão
 - 8.3.1. O processo criativo no entretenimento
 - 8.3.2. O processo criativo na ficção
- 8.4. Evolução dos formatos no mercado internacional de hoje I
 - 8.4.1. Consolidação do formato
 - 8.4.2. O formato reality TV
 - 8.4.3. Novidades em Reality TV
 - 8.4.4. A Televisão Digital Terrestre e a crise financeira
- 8.5. Evolução dos formatos no mercado internacional de hoje II
 - 8.5.1. Mercados emergentes
 - 8.5.2. Marcas globais
 - 8.5.3. A televisão reinventa-se
 - 8.5.4. A era da globalização
- 8.6. Vender o formato O *pitching*
 - 8.6.1. Venda de um formato de televisão
 - 8.6.2. O *pitching*

- 8.7. Introdução à programação televisiva
 - 8.7.1. O papel da programação
 - 8.7.2. Fatores que afetam a programação
- 8.8. Modelos de programação televisiva
 - 8.8.1. Estados Unidos e Reino Unido
- 8.9. A prática profissional da programação televisiva
 - 8.9.1. O departamento de programação
 - 8.9.2. Programação para televisão
- 8.10. Pesquisa de audiências
 - 8.10.1. Pesquisa do público em televisão
 - 8.10.2. Conceitos de audiência e classificações

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. Investigação do público: as tradições I
 - 9.2.1. Teoria dos efeitos
 - 9.2.2. Teoria dos usos e recompensas
 - 9.2.3. Estudos culturais
- 9.3. Investigação das audiências: as tradições II
 - 9.3.1. Estudos de receção
 - 9.3.2. Audiências para estudos humanistas
- 9.4. Audições de uma perspetiva económica
 - 9.4.1. Introdução
 - 9.4.2. A medição das audiências
- 9.5. Teorias de receção
 - 9.5.1. Introdução às teorias de receção
 - 9.5.2. Uma abordagem histórica aos estudos de acolhimento
- 9.6. As audiências no mundo digital
 - 9.6.1. Ambiente digital
 - 9.6.2. Comunicação e cultura da convergência
 - 9.6.3. A natureza ativa das audiências

- 9.6.4. Interatividade e participação
- 9.6.5. A transnacionalidade das audiências
- 9.6.6. Audiências fragmentadas
- 9.6.7. A autonomia das audiências
- 9.7. Audiências: as questões essenciais I
 - 9.7.1. Introdução
 - 9.7.2. Quem são?
 - 9.7.3. Porque é que consomem?
- 9.8. Audiências: as questões essenciais II
 - 9.8.1. O que é que consomem?
 - 9.8.2. Como é que consomem?
 - 9.8.3. Com que objetivo?
- 9.9. O modelo do *engagement* I
 - 9.9.1. O *engagement* como metadimensão do comportamento do público
 - 9.9.2. A complexa avaliação do *engagement*
- 9.10. O Modelo de *engagement* II
 - 9.10.1. Introdução As dimensões do *engagement*
 - 9.10.2. O *engagement* e as experiências do utilizador
 - 9.10.3. El *engagement* como uma resposta emocional do público
 - 9.10.4. El *engagement* como resultado da cognição humana
 - 9.10.5. Os comportamentos observáveis das audiências como expressão do *engagement*

Módulo 10. Guião de televisão: programas e ficção

- 10.1. Narrativa televisiva
 - 10.1.1. Conceitos e limites
 - 10.1.2. Códigos e estruturas
- 10.2. Categorias narrativas na televisão
 - 10.2.1. A enunciação
 - 10.2.2. Personagens
 - 10.2.3. Ações e transformações
 - 10.2.4. Espaço

- 10.2.5. O tempo
- 10.3. Géneros e formatos televisivos
 - 10.3.1. Unidades narrativas
 - 10.3.2. Géneros e formatos televisivos
- 10.4. Formatos de ficção
 - 10.4.1. Ficção televisiva
 - 10.4.2. Sitcom
 - 10.4.3. A série dramática
 - 10.4.4. A telenovela
 - 10.4.5. Outros formatos
- 10.5. O guião de ficção na televisão
 - 10.5.1. Introdução
 - 10.5.2. A técnica
- 10.6. O drama na televisão
 - 10.6.1. A série dramática
 - 10.6.2. A telenovela
- 10.7. Série de comédia
 - 10.7.1. Introdução
 - 10.7.2. A sitcom
- 10.8. O guião de entretenimento
 - 10.8.1. O guião passo a passo
 - 10.8.2. Escrever para dizer
- 10.9. Escrita de guiões de entretenimento
 - 10.9.1. Reunião do guião
 - 10.9.2. O guião técnico
 - 10.9.3. A separação de produção
 - 10.9.4. O resumo
- 10.10. Conceção de guiões de entretenimento
 - 10.10.1. Magazin
 - 10.10.2. Programa de humor
 - 10.10.3. *Talent Show*
 - 10.10.4. Documental
 - 10.10.5. Outros formatos

06 Metodologia

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



“

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

Estudo de Caso para contextualizar todo o conteúdo

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

“

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



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



Um método de aprendizagem inovador e diferente

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

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

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

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

Numa dada situação, o que deve fazer um profissional? Esta é a questão que enfrentamos no método do caso, um método de aprendizagem orientado para a ação.

Ao longo de 4 anos, será confrontado com múltiplos casos reais. Terão de integrar todo o seu conhecimento, investigar, argumentar e defender as suas ideias e decisões.

Relearning Methodology

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

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

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

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

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



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

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

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

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



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



Material de estudo

Todos os conteúdos didáticos são criados pelos especialistas que irão ensinar o curso, especificamente para o curso, para que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

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



Masterclasses

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

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



Práticas de aptidões e competências

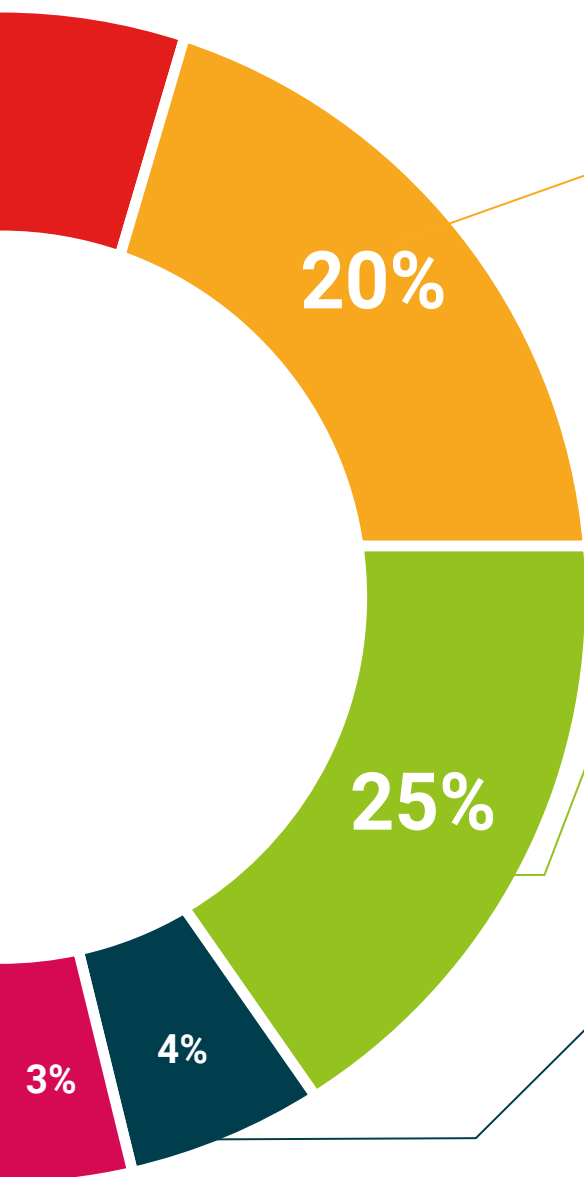
Realizarão atividades para desenvolver competências e aptidões específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e desenvolver as competências e capacidades que um especialista necessita de desenvolver no quadro da globalização em que vivemos.



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 necessita para completar a sua capacitação





Case studies

Completarão uma seleção dos melhores estudos de casos escolhidos especificamente para esta situação. Casos apresentados, analisados e instruídos pelos melhores especialistas na cena internacional.



Resumos interativos

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

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



Testing & Retesting

Os conhecimentos do aluno são periodicamente avaliados e reavaliados ao longo de todo o programa, através de atividades e exercícios de avaliação e auto-avaliação, para que o aluno possa verificar como está a atingir os seus objetivos.



07 Certificação

O MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais garante, para além de um conteúdo mais rigoroso e atualizado, o acesso a um Mestrado emitido pela TECH Global University.



“

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

Este programa permitirá a obtenção do certificado próprio de **MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais** reconhecido pela **TECH Global University**, a maior universidade digital do mundo.

A **TECH Global University**, é uma Universidade Europeia Oficial reconhecida publicamente pelo Governo de Andorra ([bollettino ufficiale](#)). Andorra faz parte do Espaço Europeu de Educação Superior (EEES) desde 2003. O EEES é uma iniciativa promovida pela União Europeia com o objetivo de organizar o modelo de formação internacional e harmonizar os sistemas de ensino superior dos países membros desse espaço. O projeto promove valores comuns, a implementação de ferramentas conjuntas e o fortalecimento de seus mecanismos de garantia de qualidade para fomentar a colaboração e a mobilidade entre alunos, pesquisadores e académicos.

Esse título próprio da **TECH Global University**, é um programa europeu de formação contínua e atualização profissional que garante a aquisição de competências em sua área de conhecimento, conferindo um alto valor curricular ao aluno que conclui o programa.

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

Modalidade: **online**

Duração: **12 meses**

Acreditação: **60 ECTS**



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



Mestrado
MBA em Gestão de
Empresas Audiovisuais

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificação: TECH Global University
- » Créditos: 60 ECTS
- » Horário: a tua scelta
- » Exames: online

Mestrado

MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais