

Master Specialistico

Senior Audiovisual Industry Management

M S S A I M



Master Specialistico Senior Audiovisual Industry Management

- » Modalità: online
- » Durata: 2 anni
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Dedizione: 16 ore/settimana
- » Orario: a scelta
- » Esami: online

Accesso al sito web: www.techtute.com/it/scuola-di-business/master-specialistico/master-specialistico-senior-audiovisual-industry-management

Indice

01	Benvenuto		02	Perché studiare in TECH?		03	Perché scegliere il nostro programma?		04	Obiettivi	
		<i>pag. 4</i>			<i>pag. 6</i>			<i>pag. 10</i>			<i>pag. 14</i>
			05	Competenze		06	Struttura e contenuti		07	Metodologia	
					<i>pag. 20</i>			<i>pag. 26</i>			<i>pag. 42</i>
			08	Profilo dei nostri studenti		09	Direzione del corso		10	Prospettive di carriera	
					<i>pag. 50</i>			<i>pag. 54</i>			<i>pag. 58</i>
						11	Benefici per la tua azienda		12	Titolo	
								<i>pag. 62</i>			<i>pag. 66</i>

01 Benvenuto

L'industria audiovisiva è una delle più importanti a livello mondiale, poiché, in un modo o nell'altro, viene consumata dalla stragrande maggioranza dei cittadini attraverso diversi media: televisione, cinema, pubblicità, ecc. Con la diffusione di internet, inoltre, non ci sono limiti per il suo impiego. Ciò dimostra l'importanza di questo settore a livello economico e, di conseguenza, è importante per le aziende avere manager che, oltre a una vasta conoscenza audiovisiva, siano specializzati nella gestione aziendale, apportando la loro formazione per ottenere il massimo rendimento possibile. In quest'ottica, TECH si è proposta di offrire ai professionisti del settore la migliore preparazione esistente oggi in management dell'industria audiovisiva, in modo che possano acquisire, in modo pratico, le conoscenze essenziali per il loro lavoro quotidiano.



Master Specialistico in Senior Audiovisual Industry Management
TECH Università Tecnologica



“

Il percorso più approfondito nel campo della direzione aziendale audiovisiva ti aiuterà a creare prodotti di successo, che saranno utilizzati da persone provenienti da tutto il mondo”

02

Perché studiare in TECH?

TECH è la più grande scuola di business 100% online del mondo. Si tratta di una Business School d'élite, con un modello dotato dei più alti standard accademici. Un centro internazionale ad alto rendimento per la formazione intensiva di competenze manageriali.



“

TECH è l'università all'avanguardia della tecnologia, che agglomera tutte le risorse a sua disposizione con l'obiettivo di aiutare lo studente a raggiungere il successo aziendale”

In TECH Università Tecnologica



Innovazione

L'università offre un modello di apprendimento online che combina le ultime tecnologie educative con il massimo rigore pedagogico. Un metodo unico con il più alto riconoscimento internazionale che fornirà allo studente le chiavi per inserirsi in un mondo in costante cambiamento, in cui l'innovazione è concepita come la scommessa essenziale di ogni imprenditore.

"Caso di Successo Microsoft Europa" per aver incorporato l'innovativo sistema multi-video interattivo nei nostri programmi.



Massima esigenza

Il criterio di ammissione di TECH non è economico. Non è necessario investire eccessivamente per studiare in questa università. Tuttavia, per ottenere un titolo rilasciato da TECH, i limiti dell'intelligenza e della capacità dello studente saranno sottoposti a prova. I nostri standard accademici sono molto alti.

Il 95%

degli studenti di TECH termina i suoi studi con successo



Networking

In TECH partecipano professionisti provenienti da tutti i Paesi del mondo al fine di consentire allo studente di creare una vasta rete di contatti utile per il suo futuro.

+100.000

manager specializzati ogni anno

+200

nazionalità differenti



Empowerment

Lo studente cresce di pari passo con le migliori aziende e professionisti di grande prestigio e influenza. TECH ha instaurato alleanze strategiche e una preziosa rete di contatti con i principali esponenti economici provenienti dai 7 continenti.

+500

Accordi di collaborazione con le migliori aziende



Talento

Il nostro programma è una proposta unica per far emergere il talento dello studente nel mondo imprenditoriale. Un'opportunità unica di affrontare i timori e la propria visione relativi al business.

TECH si propone di aiutare gli studenti a mostrare al mondo il proprio talento grazie a questo programma.



Contesto Multiculturale

Gli studenti che intraprendono un percorso con Tech possono godere di un'esperienza unica. Studierai in un contesto multiculturale. Lo studente, inserito in un contesto globale, potrà addentrarsi nella conoscenza dell'ambito lavorativo multiculturale mediante una raccolta di informazioni innovativa e che si adatta al proprio concetto di business.

Gli studenti di TECH provengono da più di 200 nazioni differenti.

TECH punta all'eccellenza e dispone di una serie di caratteristiche che la rendono unica:



Analisi

In TECH esploriamo il tuo lato critico, la tua capacità di affrontare le incertezze, la tua competenza nel risolvere i problemi e risaltare le tue competenze interpersonali.



Eccellenza accademica

TECH offre agli studenti la migliore metodologia di apprendimento online. L'università combina il metodo *Relearning* (la metodologia di apprendimento post-laurea più riconosciuta a livello internazionale) con i "casi di studio" della Harvard Business School. Tradizione e avanguardia in un difficile equilibrio e nel contesto del più esigente itinerario educativo.



Economia di scala

TECH è la più grande università online del mondo. Possiede più di 10.000 titoli universitari. Nella nuova economia, **volume + tecnologia = prezzo dirompente**. In questo modo, garantiamo che lo studio non sia eccessivamente costoso rispetto ad altre università.



Impara dai migliori del settore

Il personale docente di TECH contribuisce a mostrare agli studenti il proprio bagaglio di esperienze attraverso un contesto reale, vivo e dinamico. Si tratta di docenti impegnati in una specializzazione di qualità che permette allo studente di avanzare nella sua carriera e distinguersi in ambito imprenditoriale.

Professori provenienti da 20 nazionalità differenti.



Grazie a TECH potrai disporre dei casi di studio proposti dalla Harvard Business School

03

Perché scegliere il nostro programma?

Studiare con TECH significa moltiplicare le tue possibilità di raggiungere il successo professionale nell'ambito dell'alta direzione aziendale.

È una sfida che comporta sforzo e dedizione, ma che apre le porte a un futuro promettente. Lo studente imparerà dai migliori insegnanti e con la metodologia educativa più flessibile e innovativa.



“

Possediamo il personale docente più prestigioso e il programma più completo del mercato, che ci permette di offrire un percorso educativo di altissimo livello accademico"

Questo programma fornirà molteplici vantaggi professionali e personali, tra i quali:

01

Dare una spinta decisiva alla carriera dello studente

Gli studenti di TECH saranno in grado di prendere le redini del loro futuro e sviluppare il loro pieno potenziale. Grazie a questo programma acquisirai le competenze necessarie per ottenere un cambiamento positivo nella tua carriera e in un breve periodo di tempo.

Il 70% dei partecipanti a questa specializzazione ottiene un cambiamento di carriera positivo in meno di 2 anni.

02

Svilupperai una visione strategica e globale dell'azienda

TECH offre una visione approfondita della gestione generale per comprendere come ogni decisione influenzi le diverse aree funzionali dell'azienda.

La nostra visione globale di azienda migliorerà la tua visione strategica.

03

Consolidare lo studente nella gestione aziendale superiore

Studiare in TECH significa aprire le porte ad un panorama professionale di grande rilevanza affinché gli studenti possano ottenere il ruolo di manager di alto livello e acquisiscano un'ampia visione dell'ambiente internazionale.

Lavorerai con più di 100 casi reali di alta direzione.

04

Assumerai nuove responsabilità

Durante il programma, verranno presentate le ultime tendenze, gli sviluppi e le strategie che consentono allo studente di lavorare in un contesto in continuo cambiamento.

Il 45% degli studenti ottiene una promozione interna nel proprio lavoro.

05

Accesso a una potente rete di contatti

TECH promuove l'interazione dei suoi studenti per massimizzare le opportunità. Si tratta di studenti che condividono le stesse insicurezze, timori e il desiderio di crescere professionalmente. Questa rete consentirà di condividere partner, clienti o fornitori.

Troverai una rete di contatti essenziali per la tua crescita professionale.

06

Svilupperai il progetto di business in modo rigoroso

Lo studente acquisirà una profonda visione strategica che lo aiuterà a sviluppare il proprio progetto, considerando le diverse aree dell'azienda.

Il 20% dei nostri studenti sviluppa la propria idea di business.

07

Migliorerai le *soft skills* e competenze direttive

TECH aiuta gli studenti ad applicare e sviluppare le conoscenze acquisite e a migliorare le loro capacità interpersonali al fine di raggiungere una leadership che fa la differenza.

Migliora le tue capacità di comunicazione e di leadership e dai una svolta alla tua professione.

08

Farai parte di una comunità esclusiva

Ti offriamo l'opportunità di far parte di una comunità di manager d'élite, grandi aziende, istituzioni rinomate e professori qualificati delle Università più prestigiose del mondo: la comunità TECH Università Tecnologica.

Ti diamo l'opportunità di specializzarti con un personale docente di rinomato prestigio internazionale.

04 Obiettivi

L'obiettivo principale di questo Master Specialistico della TECH Università Tecnologica è quello di offrire agli studenti le informazioni più complete e rilevanti riguardo la direzione delle aziende audiovisive, affinché siano in grado di svilupparsi con successo in un settore altamente competitivo. In questo modo, gli studenti potranno conoscere in prima persona gli aspetti più interessanti per comprendere come si realizza la produzione audiovisiva e come dovrebbero essere gestite le aziende del settore.



“

*Questo programma ti aiuterà a sviluppare
le competenze per gestire con successo le
aziende audiovisive”*

**TECH considera come propri gli obiettivi dei suoi studenti
Lavoriamo insieme per raggiungerli**

Il Master Specialistico in Senior Audiovisual Industry Management ti consentirà di:

01

Definire le ultime tendenze della gestione imprenditoriale, tenendo conto dell'ambiente globalizzato che regola i criteri dell'alta direzione

04

Creare strategie aziendali che stabiliscano il copione che l'azienda deve seguire per diventare più competitiva e raggiungere i propri obiettivi

02

Sviluppare le principali competenze di leadership che devono definire i professionisti in attivo

03

Sviluppare strategie per prendere decisioni in un ambiente complesso e instabile

05

Progettare strategie e politiche innovative per migliorare la gestione e l'efficienza imprenditoriale



06

Acquisire le competenze comunicative necessarie a un leader aziendale per favorire l'ascolto e la comprensione del suo messaggio tra i membri della sua comunità

08

Comprendere le operazioni logistiche che sono necessarie nell'ambiente aziendale per sviluppare un'adeguata gestione delle stesse

09

Realizzare la strategia di marketing che permetta di far conoscere il nostro prodotto ai nostri potenziali clienti e di generare un'immagine adeguata della nostra azienda

07

Comprendere l'ambiente economico in cui opera l'azienda e sviluppare strategie appropriate per anticipare i cambiamenti

10

Essere in grado di sviluppare tutte le fasi di un'idea di business: design, progettazione, piano di redditività, esecuzione, monitoraggio

11

Possedere le competenze trasversali e specifiche necessarie per affrontare con successo la realtà del giornalismo culturale in diversi ambiti

12

Saper identificare, creare e sviluppare storie con i diversi punti che le racchiudono, improntate al rigore e al personal branding

13

Conoscere e sviluppare le linee guida essenziali per la documentazione nel giornalismo culturale

14

Conoscere le basi del funzionamento del sistema audiovisivo (fissare i contenuti fondamentali, conoscere gli autori/testi trattati in ogni argomento)



15

Acquisire la capacità di analisi teorica e critica delle strutture organizzative della comunicazione audiovisiva (comprendere le idee principali, i concetti e gli elementi correlati)

16

Comprendere il quadro giuridico e la legislazione che regola il settore della produzione audiovisiva e il suo impatto sui vari formati di produzione

18

Capire le strategie di produzione esecutiva nello sviluppo e nella successiva distribuzione di progetti audiovisivi

19

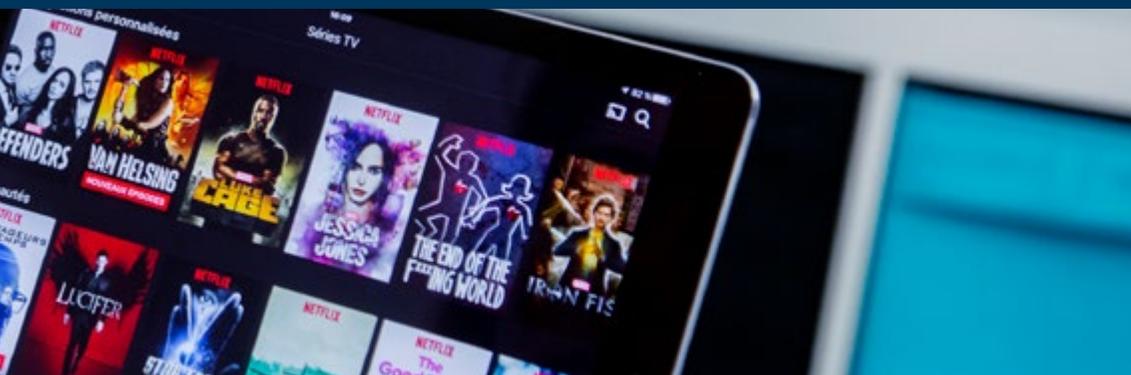
Identificare il design di marketing di una produzione audiovisiva attraverso il suo impatto sui diversi media audiovisivi contemporanei

17

Analizzare e progettare strategie innovative che contribuiscano al miglioramento dei processi gestionali e decisionali e allo sviluppo di prodotti informativi in linea con le esigenze del pubblico e degli inserzionisti

20

Riconoscere i diversi formati nel contesto dell'attuale panorama televisivo



05

Competenze

TECH Università Tecnologica è consapevole della necessità di specializzazione dei professionisti del business in diverse aree legate alla loro attività e, per questo motivo, ha progettato questo Master Specialistico in Management dell'industria audiovisiva con il quale gli studenti avranno la possibilità di sviluppare le competenze necessarie che permetteranno loro di migliorare nella pratica lavorativa, diventando più competitivi e applicando gli ultimi strumenti nel campo audiovisivo.





“

Acquisire le competenze necessarie per avere successo nel settore audiovisivo”

01

Realizzare una gestione globale dell'azienda, applicando tecniche di leadership che influenzino il rendimento dei lavoratori, in modo da raggiungere gli obiettivi dell'azienda

02

Far parte e guidare la strategia aziendale e competitiva dell'azienda

03

Risolvere i conflitti aziendali e i problemi tra i dipendenti

04

Realizzare una corretta gestione del team per migliorare la produttività e, di conseguenza, i benefici dell'azienda

05

Essere in grado di gestire il piano economico e finanziario dell'azienda



06

Controllare i processi logistici, gli acquisti e i rifornimenti dell'azienda

08

Applicare le strategie più appropriate per il commercio elettronico dei prodotti dell'azienda

09

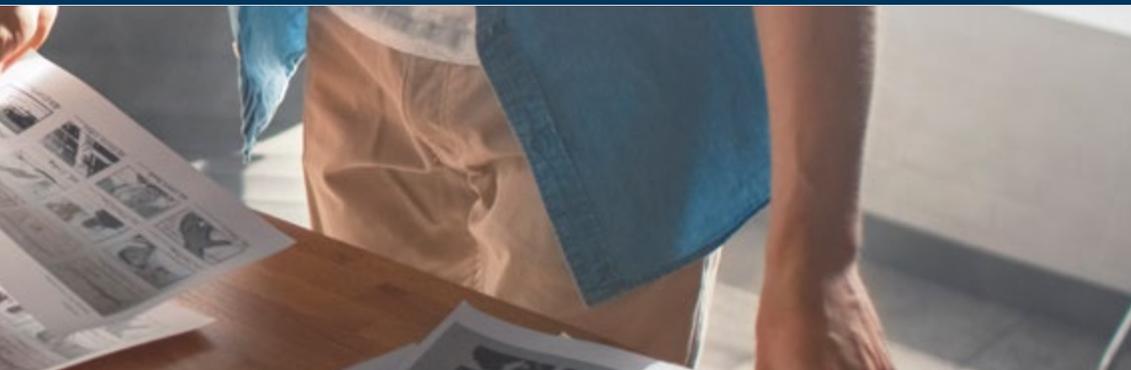
Elaborare e condurre piani di marketing

07

Approfondire i nuovi modelli di business dei sistemi informativi

10

Puntare sull'innovazione in tutti i processi e le aree dell'azienda



11

Usare i social media in un ambiente giornalistico

14

Pianificare azioni narrative adeguate ai mezzi disponibili

12

Conoscere la composizione delle apparecchiature di produzione audiovisiva

15

Padroneggiare le diverse fasi del progetto audiovisivo

13

Organizzare una messa in scena adeguata agli obiettivi del progetto audiovisivo

16

Conoscere e applicare le strutture organizzative della comunicazione audiovisiva

17

Sapersi adattare alle forme di consumo in ogni momento

20

Creare prodotti adeguati al finanziamento disponibile

18

Conoscere il codice relazionale dei diversi agenti della comunicazione audiovisiva

21

Pianificare l'ammortamento dei prodotti audiovisivi

19

Delineare l'evoluzione storica della produzione audiovisiva

22

Produrre un prodotto audiovisivo su diversi media

06

Struttura e contenuti

La specializzazione dei professionisti del settore audiovisivo deve essere costante, per rimanere al passo con i principali sviluppi di questo settore, ma, soprattutto, per poter gestire con successo questo tipo di azienda. A tale fine, TECH ha progettato questo programma completo in cui gli studenti troveranno le informazioni più rilevanti da mettere in pratica durante la loro vita lavorativa. Un programma di alto livello rivolto ai professionisti alla ricerca dell'eccellenza.



“

*Un programma completo che sarà
fondamentale per potenziare la tua competitività
nel management di aziende audiovisive”*

Piano di studi

Il Master Specialistico in Management dell'industria Audiovisiva di TECH Università Tecnologica è un programma intensivo che prepara ad affrontare le sfide e le decisioni aziendali a livello nazionale ed internazionale. Il contenuto è ideato per promuovere lo sviluppo di competenze manageriali che consentono un processo decisionale più rigoroso in ambienti incerti.

Durante le 3.000 ore di studio, lo studente analizzerà una moltitudine di casi pratici mediante l'analisi individuale, ottenendo un processo di apprendimento di alto livello che potrà applicare nel suo lavoro quotidiano. Si tratta quindi di una vera e propria immersione in situazioni aziendali reali.

Questo programma analizza in maniera approfondita le principali aree del business audiovisivo ed è progettato per specializzare i dirigenti aziendali nella gestione imprenditoriale da una prospettiva strategica, internazionale e innovativa.

Un piano progettato per gli studenti, focalizzato sul loro miglioramento professionale e che li prepara a raggiungere l'eccellenza nell'ambito della direzione delle aziende audiovisive. Un programma che comprende le sue necessità e quelle della sua azienda attraverso un contenuto innovativo basato sulle ultime tendenze e supportato dalla migliore metodologia educativa e da un personale docente eccezionale, che fornirà le competenze per risolvere situazioni critiche in modo creativo ed efficiente.

Questo corso ha la durata di 24 mesi ed è suddiviso in 18 moduli:

Modulo 1	Leadership, etica e CSR (Responsabilità Sociale D'impresa)
Modulo 2	Direzione strategica e <i>management</i> direzionale
Modulo 3	Direzione di persone e gestione del talento
Modulo 4	Direzione economico-finanziaria
Modulo 5	Direzione di operazioni e logistica
Modulo 6	Direzione di sistemi informativi
Modulo 7	Direzione commerciale, <i>marketing</i> e comunicazione aziendale
Modulo 8	Innovazione e direzione di progetti
Modulo 9	Giornalismo culturale
Modulo 10	Teoria e tecnica della produzione
Modulo 11	Struttura del sistema audiovisivo
Modulo 12	Produzione audiovisiva
Modulo 13	Creazione di fiction e direzione degli attori
Modulo 14	Industrie culturali e nuovi modelli di business della comunicazione
Modulo 15	Gestione e promozione di prodotti audiovisivi
Modulo 16	Generi, formati e programmazione televisiva
Modulo 17	Pubblico audiovisivo
Modulo 18	Sceneggiatura televisiva: programmi e fiction



Dove, quando e come si comunica?

TECH ti offre la possibilità di seguire questo programma completamente online. Durante i 24 mesi di formazione potrai accedere a tutti i contenuti di questo programma in qualsiasi momento e ciò ti consentirà di autogestire il tuo tempo di studio.

*Un'esperienza formativa
unica, chiave e decisiva
per potenziare la tua
crescita professionale e
dare una svolta definitiva.*

Modulo 1. Leadership, etica e CSR (Responsabilità Sociale D'impresa)

1.1. Globalizzazione e amministrazione

- 1.1.1. Globalizzazione e tendenze: internazionalizzazione dei mercati
- 1.1.2. Contesto economico e Amministrazione Aziendale
- 1.1.3. *Accountability* o Rendimento dei Conti

1.2. Leadership

- 1.2.1. Contesto interculturale
- 1.2.2. Leadership e Direzione d'Impresa
- 1.2.3. Ruoli e responsabilità direttive

1.3. Etica d'impresa

- 1.3.1. Etica e integrità
- 1.3.2. Comportamento etico aziendale
- 1.3.3. Deontologia, codici etici e condotta
- 1.3.4. Prevenzione di frode e corruzione

1.4. Sostenibilità

- 1.4.1. Impresa e Sviluppo Sostenibile
- 1.4.2. Impatto sociale, ambientale ed economico
- 1.4.3. Agenda 2030 e ODS

1.5. Responsabilità Sociale d'Impresa

- 1.5.1. Responsabilità Sociale delle Imprese
- 1.5.2. Ruoli e responsabilità
- 1.5.3. Attuazione della Responsabilità Sociale Aziendale

Modulo 2. Direzione strategica e management direttivo

2.1. Analisi e design organizzativo

- 2.1.1. Cultura organizzativa
- 2.1.2. Analisi organizzativa
- 2.1.3. Progettazione della struttura organizzativa

2.2. Strategia Aziendale

- 2.2.1. Strategia di livello aziendale
- 2.2.2. Tipologie di strategie di livello aziendale
- 2.2.3. Determinazione della strategia aziendale
- 2.2.4. Strategia aziendale e immagine di prestigio

2.3. Pianificazione e Formulazione Strategica

- 2.3.1. Pensieri strategici
- 2.3.2. Sviluppo e Pianificazione strategica
- 2.3.3. Sostenibilità e Strategia Aziendale

2.4. Modelli e Schemi Strategici

- 2.4.1. Ricchezza, valore e recupero dell'investimento
- 2.4.2. Strategia Aziendale: metodologie
- 2.4.3. Crescita e consolidamento della strategia aziendale

2.5. Direzione strategica

- 2.5.1. Missione, visione e valori strategici
- 2.5.2. *Balanced Scorecard* Scheda di Valutazione
- 2.5.3. Analisi, monitoraggio e valutazione della strategia aziendale
- 2.5.4. Direzione strategica e *Reporting*

2.6. Introduzione ed esecuzione strategica

- 2.6.1. Attuazione strategica: obiettivi, azioni ed effetti
- 2.6.2. Supervisione e allineamento strategico
- 2.6.3. Metodo di perfezionamento continuo

2.7. Management Direttivo

- 2.7.1. Integrazione di strategie funzionali nelle strategie globali di business
- 2.7.2. Politica di Gestione e Processi
- 2.7.3. *Knowledge Management*.

2.8. Analisi e risoluzione di casi/problemi

- 2.8.1. Metodologia di Risoluzione dei Problemi
- 2.8.2. Metodo del Caso
- 2.8.3. Posizionamento e presa di decisioni

Modulo 3. Direzione di persone e gestione del talento**3.1. Comportamento organizzativo**

- 3.1.1. Teoria dell'organizzazione
- 3.1.2. Fattori chiave per il cambiamento nelle organizzazioni
- 3.1.3. Strategie corporative, tipologie e gestione della conoscenza

3.2. Direzione strategica del personale

- 3.2.1. Struttura del posto di lavoro, assunzione e selezione
- 3.2.2. Piano Strategico delle Risorse Umane: progettazione ed attuazione
- 3.2.3. Analisi del posto di lavoro; struttura e selezione del personale
- 3.2.4. Formazione e crescita professionale

3.3. Sviluppo direttivo e leadership

- 3.3.1. Capacità direttive: Competenze e abilità del XXI secolo
- 3.3.2. Abilità non direttive
- 3.3.3. Mappa delle competenze e abilità
- 3.3.4. Leadership e direzione del personale

3.4. Gestione del cambiamento

- 3.4.1. Analisi del rendimento
- 3.4.2. Approccio strategico
- 3.4.3. Gestione del cambiamento: fattori chiave, struttura e gestione dei processi
- 3.4.4. Metodo di perfezionamento continuo

3.5. Negoziazione e gestione dei conflitti

- 3.5.1. Obiettivi della negoziazione: elementi distintivi
- 3.5.2. Tecniche di negoziazione efficace
- 3.5.3. Conflitti: fattori e tipologie
- 3.5.4. Gestione efficiente dei conflitti: negoziazione e comunicazione

3.6. Comunicazione direttiva

- 3.6.1. Strategia aziendale e comunicazione manageriale
- 3.6.2. Comunicazione interna: influenza e impatto
- 3.6.3. Comunicazione interna: influenza e impatto

3.7. Gestione di team e rendimento del personale

- 3.7.1. Contesto multiculturale e multidisciplinare
- 3.7.2. Gestione di team e del personale
- 3.7.3. *Coaching* e rendimento del personale
- 3.7.4. Riunioni di gestione: pianificazione e gestione del tempo

3.8. Gestione della conoscenza e del talento

- 3.8.1. Identificazione della conoscenza e talento delle organizzazioni
- 3.8.2. Modelli corporativi di gestione della conoscenza e del talento
- 3.8.3. Creatività e innovazione

Modulo 4. Direzione economico-finanziaria**4.1. Contesto Economico**

- 4.1.1. Teoria delle organizzazioni
- 4.1.2. Fattori chiave per il cambiamento nelle organizzazioni
- 4.1.3. Strategie corporative, tipologie e gestione della conoscenza

4.2. Contabilità Direttiva

- 4.2.1. Principi contabili internazionali
- 4.2.2. Introduzione al ciclo contabile
- 4.2.3. Bilanci aziendali d'esercizio
- 4.2.4. Analisi dei Bilanci d'esercizio: processi decisionali

4.3. Bilancio di previsione e controllo di gestione

- 4.3.1. Pianificazione del bilancio
- 4.3.2. Controllo di Gestione: struttura e obiettivi
- 4.3.3. Supervisione e *reporting*

4.4. Responsabilità fiscali delle aziende

- 4.4.1. Responsabilità fiscale aziendale
- 4.4.2. Procedura fiscale: approccio a un caso di paese

4.5. Sistemi di controllo delle aziende

- 4.5.1. Tipologie di Controllo
- 4.5.2. Adempimento Normativo/*Compliance*
- 4.5.3. Revisione interna
- 4.5.4. Revisione Esterna

4.6. Direzione Finanziaria

- 4.6.1. Introduzione alla Direzione Finanziaria
- 4.6.2. Direzione Finanziaria e strategia aziendale
- 4.6.3. Direttivo finanziario o *Chief Financial Officer* (CFO): competenze direttive

4.7. Pianificazione finanziaria

- 4.7.1. Modelli di business e necessità di finanziamento
- 4.7.2. Strumenti di analisi finanziaria
- 4.7.3. Pianificazione finanziaria a breve termine
- 4.7.4. Pianificazione finanziaria a lungo termine

4.8. Strategia finanziaria aziendale

- 4.8.1. Investimenti Finanziari Corporativi
- 4.8.2. Crescita strategica: tipologie

4.9. Contesto macroeconomico

- 4.9.1. Analisi Macroeconomica
- 4.9.2. Indicatori di congiuntura
- 4.9.3. Ciclo economico

4.10. Finanziamento strategico

- 4.10.1. Business Bancario: ambiente attuale
- 4.10.2. Analisi e gestione del rischio

4.11. Mercati monetari e di capitali

- 4.11.1. Mercato a Rendita Fissa
- 4.11.2. Mercato a Rendita Variabile
- 4.11.3. Valutazione di imprese

4.12. Analisi e risoluzione di casi/problemi

- 4.12.1. Metodologia di Risoluzione dei Problemi
- 4.12.2. Metodo del Caso

Modulo 5. Direzione di operazioni e logistica

5.1. Direzione delle operazioni

- 5.1.1. Definire la strategia delle operazioni
- 5.1.2. Pianificazione e controllo della catena di fornitura
- 5.1.3. Sistema di indicatori

5.2. Direzione di acquisti

- 5.2.1. Gestione di Stock
- 5.2.2. Gestione magazzini
- 5.2.3. Gestione di Acquisti e Rifornimento

5.3. Supply chain management<i>

- 5.3.1. Costi ed efficienza della catena di operazioni
- 5.3.2. Cambiamento nei modelli della domanda
- 5.3.3. Cambiamento nella strategia delle operazioni

5.4. Supply chain management(II). Esecuzione

- 5.4.1. *Lean Manufacturing/Lean Thinking*
- 5.4.2. Direzione Logistica
- 5.4.3. Acquisti

5.5. Processi logistici

- 5.5.1. Organizzazione e gestione mediante processi
- 5.5.2. Fornitura, produzione, distribuzione
- 5.5.3. Qualità, costi di qualità e strumenti
- 5.5.4. Servizio di assistenza post-vendita

5.6. Logistica e clienti

- 5.6.1. Analisi della domanda e previsione
- 5.6.2. Previsione e pianificazione di vendite
- 5.6.3. *Collaborative planning forecasting & replacement*

5.7. Logistica internazionale

- 5.7.1. Dogane, processi di esportazione e importazione
- 5.7.2. Modi e mezzi di pagamento internazionale
- 5.7.3. Piattaforme logistiche a livello internazionale

5.8. Competere dalle operazioni

- 5.8.1. L'innovazione nelle operazioni come vantaggio competitivo nell'azienda
- 5.8.2. Tecnologie e scienze emergenti
- 5.8.3. Sistemi informativi nelle operazioni

Modulo 6. Direzione di sistemi informativi

6.1. Direzione di sistemi informativi

- 6.1.1. Sistemi di informazione aziendale
- 6.1.2. Decisioni strategiche
- 6.1.3. Ruolo del CIO

6.2. Tecnologie dell'informazione e strategia aziendale

- 6.2.1. Analisi aziendale e settori industriali
- 6.2.2. Modelli di business basati su Internet
- 6.2.3. Il valore di IT nell'azienda

6.3. Pianificazione strategica di SI

- 6.3.1. Il processo di pianificazione strategica
- 6.3.2. Formulazione della strategia di SI
- 6.3.3. Piano di introduzione della strategia

6.4. Sistemi informativi e Business intelligence

- 6.4.1. CRM e *Business Intelligence*
- 6.4.2. Gestione di Progetti di *Business Intelligence*
- 6.4.3. Architettura di *Business Intelligence*

6.5. Nuovi modelli di business basati sulla TIC

- 6.5.1. Modelli di business di base tecnologica
- 6.5.2. Capacità per innovare
- 6.5.3. Ridisegno dei processi della catena di valore

6.6. E-commerce

- 6.6.1. Piano Strategico di E-commerce
- 6.6.2. Gestione logistica e assistenza al cliente nell'e-commerce
- 6.6.3. *E-commerce* come opportunità di Internazionalizzazione

6.7. Strategie di E-Business

- 6.7.1. Strategie nei *social media*
- 6.7.2. Ottimizzazione dei canali di servizio e supporto al cliente
- 6.7.3. Regolazione digitale

6.8. Digital business

- 6.8.1. Mobile e-Commerce
- 6.8.2. Progettazione e fruibilità
- 6.8.3. Operazioni dell'e-commerce

Modulo 7. Direzione commerciale, marketing e comunicazione aziendale**7.1. Direzione Commerciale**

- 7.1.1. Direzione di vendite
- 7.1.2. Strategia commerciale
- 7.1.3. Tecniche di vendita e di negoziazione
- 7.1.4. Direzione di team di vendite

7.2. Marketing

- 7.2.1. Marketing e impatto aziendale
- 7.2.2. Variabili base del Marketing
- 7.2.3. Piano di Marketing

7.3. Gestione strategica di Marketing

- 7.3.1. Tendenze attuali nel Marketing
- 7.3.2. Strumenti di Marketing
- 7.3.3. Strategia di Marketing e comunicazione con i clienti

7.4. Strategia di digital marketing

- 7.4.1. Approccio al Digital Marketing
- 7.4.2. Strumenti di Digital Marketing
- 7.4.3. *Inbound Marketing* ed evoluzione del Marketing Online

7.5. Strategia di vendita e comunicazione

- 7.5.1. Posizionamento e promozione
- 7.5.2. Pubbliche relazioni
- 7.5.3. Strategia di vendita e comunicazione

7.6. Comunicazione aziendale

- 7.6.1. Comunicazione interna ed esterna
- 7.6.2. Dipartimento di Comunicazione
- 7.6.3. Responsabili della comunicazione (DIRCOM): competenze e responsabilità manageriali

7.7. Strategia di comunicazione aziendale

- 7.7.1. Strategia Aziendale di Comunicazione
- 7.7.2. Piano di Comunicazione
- 7.7.3. Redazione di Comunicati Stampa/Clipping/Publicity

Modulo 8. Innovazione e direzione di progetti**8.1. Innovazione**

- 8.1.1. Macro Concetto di innovazione
- 8.1.2. Tipologie di innovazione
- 8.1.3. Innovazione continua e discontinua
- 8.1.4. Formazione e Innovazione

8.2. Strategia di Innovazione

- 8.2.1. Innovazione e strategia aziendale
- 8.2.2. Progetto globale di Innovazione: progettazione e gestione
- 8.2.3. Seminari di innovazione

8.3. Progettazione e verifica del modello di business

- 8.3.1. Metodologia *Lean Startup*
- 8.3.2. Iniziativa di business innovatore: fasi
- 8.3.3. Modalità di finanziamento
- 8.3.4. Strumenti del modello: mappa di empatia, modello *canvas* e metriche
- 8.3.5. Crescita e fidelizzazione

8.4. Direzione e gestione di progetti

- 8.4.1. Opportunità di innovazione
- 8.4.2. Studio di viabilità e concretizzazione delle proposte
- 8.4.3. Definizione e ideazione di progetti
- 8.4.4. Esecuzione dei Progetti
- 8.4.5. Chiusura dei Progetti

Modulo 9. Giornalismo culturale

9.1. Il giornalismo culturale nei media convenzionali e la sua integrazione nel mondo digitale

- 9.1.1. Introduzione: il concetto di cultura
- 9.1.2. L'informazione culturale dell'arte
- 9.1.3. Informazioni culturali sulle arti dello spettacolo
- 9.1.4. Informazioni culturali sul cinema
- 9.1.5. Informazioni culturali sulla musica
- 9.1.6. Informazioni culturali dei libri

9.2. L'arte di raccontare storie

- 9.2.1. Introduzione
- 9.2.2. Le origini del reportage culturale nella stampa
- 9.2.3. Le origini del reportage culturale nella radio
- 9.2.4. Le origini del reportage culturale nella televisione

9.3. Guide essenziali alla documentazione giornalistica culturale

- 9.3.1. Introduzione
- 9.3.2. Considerazioni generali
- 9.3.3. Fattori di interesse e criteri di valutazione per l'elaborazione dell'informazione culturale

9.4. La filosofia 3.0 della comunicazione

- 9.4.1. Introduzione
- 9.4.2. Fonti generali di informazioni culturali
- 9.4.3. Fonti specifiche di informazione audiovisiva sulla cultura

9.5. Gestione dei media e dei social media

- 9.5.1. Introduzione
- 9.5.2. Notizie
- 9.5.3. Colloquio
- 9.5.4. Cronaca
- 9.5.5. Reportage

9.6. Contenuto giornalistico interattivo

- 9.6.1. Introduzione
- 9.6.2. Informazioni culturali nella stampa
- 9.6.3. Informazioni culturali nella radio
- 9.6.4. Informazioni culturali nella televisione

9.7. I paradigmi della comunicazione

- 9.7.1. Introduzione
- 9.7.2. La cultura ed internet
- 9.7.3. Benefici della cultura

9.8. Posizionamento web: SEO, SEM, SMO, SMM, SERM Contenuti giornalistici specializzati

- 9.8.1. Introduzione
- 9.8.2. Marketing culturale
- 9.8.3. Come funziona il marketing culturale?

9.9. Analisi della cultura

- 9.9.1. Introduzione
- 9.9.2. Approccio teorico e metodologico alla cultura
- 9.9.3. Cultura, comunicazione e significato
- 9.9.4. Cultura e immagini

9.10. Cybercultura e giornalismo digitale di contenuti culturali

- 9.10.1. Introduzione
- 9.10.2. Definizione di cybercultura
- 9.10.3. Cybercultura e giornalismo digitale di contenuti culturali
- 9.10.4. Chiavi del giornalismo digitale di contenuti culturali

Modulo 10. Teoria e tecnica della produzione**10.1. La produzione come costruzione dell'opera audiovisiva Il lavoro di squadra**

- 10.1.1. Dalla sceneggiatura letteraria al copione tecnico o scaletta
- 10.1.2. Il lavoro di squadra

10.2. Gli elementi dell'impostazione dello schermo I materiali di costruzione

- 10.2.1. Pre-adattamento spaziale Direzione artistica
- 10.2.2. Gli elementi della messa in scena sullo schermo

10.3. Pre-produzione I documenti di produzione

- 10.3.1. Copione tecnico
- 10.3.2. Il piano scenografico
- 10.3.3. Lo *Storyboard*
- 10.3.4. Pianificare
- 10.3.5. Il piano delle riprese

10.4. Il valore espressivo del suono

- 10.4.1. Tipologia degli elementi sonori
- 10.4.2. Costruzione dello spazio sonoro

10.5. Il valore espressivo della luce

- 10.5.1. valore espressivo della luce
- 10.5.2. Tecniche di Illuminazione di base

10.6. Tecniche basiche di ripresa con una sola telecamera

- 10.6.1. Usi e tecniche di ripresa con una sola telecamera
- 10.6.2. Il sottogenere del *Found Footage*. Fiction e documentari
- 10.6.3. Regia a camera singola in televisione

10.7. Il montaggio

- 10.7.1. Il montaggio come assemblaggio La ricostruzione spazio-temporale
- 10.7.2. Tecniche di assemblaggio non lineare

10.8. Post-produzione e color grading

- 10.8.1. Post-produzione
- 10.8.2. Concetto di montaggio verticale
- 10.8.3. Color grading

10.9. I formati e il team di implementazione

- 10.9.1. Formati multi-camera
- 10.9.2. Lo studio e il team

10.10. Chiavi, tecniche e routine nelle riprese multicamera

- 10.10.1. Tecniche multi-camera
- 10.10.2. Alcuni formati comuni

Modulo 11. Struttura del sistema audiovisivo**11.1. Un'introduzione alle industrie culturali (I.C.)**

- 11.1.1. Concetti di cultura Cultura-Comunicazione
- 11.1.2. Teoria ed evoluzione dell'I.C.: tipologia e modelli

11.2. Industria cinematografica

- 11.2.1. Caratteristiche e fattori principali
- 11.2.2. Struttura del sistema cinematografico

11.3. Industria cinematografica II

- 11.3.1. L'industria cinematografica statunitense
- 11.3.2. Società di produzione indipendenti
- 11.3.3. Problemi e dibattiti nell'industria cinematografica

11.4. Industria cinematografica

- 11.4.1. Regolamentazione del cinema: stato e cultura Politiche di protezione e promozione del cinema
- 11.4.2. Caso di studio

11.5. Industria televisiva I

- 11.5.1. La televisione economica
- 11.5.2. Modelli fondatori
- 11.5.3. Trasformazioni

11.6. Industria televisiva II

- 11.6.1. L'industria televisiva statunitense
- 11.6.2. Caratteristiche principali
- 11.6.3. La regolamentazione statale

11.7. Industria televisiva III

- 11.7.1. La televisione pubblica in Europa
- 11.7.2. Crisi e dibattiti

11.8. Gli assi del cambiamento

- 11.8.1. Nuovi processi nel settore audiovisivo
- 11.8.2. Dibattiti normativi

11.9. Televisione digitale terrestre (DTT)

- 11.9.1. Ruolo dello Stato ed esperienze
- 11.9.2. Le nuove caratteristiche del sistema televisivo

11.10. Nuovi attori nel panorama audiovisivo

- 11.10.1. Piattaforme di servizi OTT (Over-the-Top)
- 11.10.2. Conseguenze del loro emergere

Modulo 12. Produzione audiovisiva

12.1. La produzione audiovisiva

- 12.1.1. Concetti introduttivi
- 12.1.2. L'industria audiovisiva

12.2. La squadra di produzione

- 12.2.1. I professionisti
- 12.2.2. Il produttore e la sceneggiatura

12.3. Il progetto audiovisivo

- 12.3.1. Gestione dei progetti
- 12.3.2. Valutazione del progetto
- 12.3.3. Presentazione dei progetti

12.4. Modalità di produzione e finanziamento

- 12.4.1. Finanziamento della produzione audiovisiva
- 12.4.2. Modalità di produzione audiovisiva
- 12.4.3. Risorse per il prefinanziamento

12.5. Il team di produzione e la ripartizione della sceneggiatura

- 12.5.1. La squadra di produzione
- 12.5.2. La ripartizione della sceneggiatura

12.6. I luoghi delle riprese

- 12.6.1. I luoghi
- 12.6.2. I set

12.7. Il cast e i contratti di ripresa

- 12.7.1. Il cast o *Casting*
- 12.7.2. La prova del *Casting*
- 12.7.3. Contratti, diritti e assicurazioni

12.8. Il piano di lavoro e il bilancio dell'opera audiovisiva

- 12.8.1. Il piano di lavoro
- 12.8.2. Il preventivo

12.9. Produzione in riprese o registrazioni

- 12.9.1. Preparazione delle riprese
- 12.9.2. Il cast e le apparecchiature di ripresa

12.10. Post-produzione e bilancio finale dell'opera audiovisiva

- 12.10.1. Montaggio e post-produzione
- 12.10.2. Bilancio finale e sfruttamento

Modulo 13. Creazione di fiction e direzione degli attori

13.1. La realizzazione di fiction

- 13.1.1. Introduzione
- 13.1.2. Il processo e le sue strumentazioni

13.2. L'ottica e la macchina fotografica

- 13.2.1. Ottica e inquadratura
- 13.2.2. Movimento della macchina da presa
- 13.2.3. Continuità

13.3. Luce e colore: aspetti teorici

- 13.3.1. Esposizione
- 13.3.2. Teoria del colore

13.4. L'illuminazione nel cinema

- 13.4.1. Strumenti
- 13.4.2. L'illuminazione come narrativa

13.5. Ottica e colore

- 13.5.1. Controllo del colore
- 13.5.2. Ottica
- 13.5.3. Il controllo dell'immagine

13.6. Il lavoro sul set

- 13.6.1. La lista dei piani
- 13.6.2. Le apparecchiature e le loro funzioni

13.7. Questioni tecniche nella regia cinematografica

- 13.7.1. Risorse tecniche

13.8. La visione dei direttori

- 13.8.1. I direttori prendono la parola

13.9. Trasformazioni digitali

- 13.9.1. Trasformazioni analogico-digitali nella fotografia cinematografica
- 13.9.2. Il regno della post-produzione digitale

13.10. Dirigere gli attori

- 13.10.1. Introduzione
- 13.10.2. Metodi e tecniche principali
- 13.10.3. Il lavoro con gli attori

Modulo 14. Industrie culturali e nuovi modelli di business della comunicazione**14.1. I concetti di cultura, economia, comunicazione, tecnologia, IC e ambiente**

- 14.1.1. Cultura, Economia, Comunicazione
- 14.1.2. Le industrie culturali

14.2. Tecnologia, comunicazione e cultura

- 14.2.1. La cultura artigianale commercializzata
- 14.2.2. Dallo spettacolo dal vivo alle arti visive
- 14.2.3. Musei e patrimoni

14.3. I grandi settori dell'industria culturale

- 14.3.1. I prodotti editoriali
- 14.3.2. Gli informatori del flusso
- 14.3.3. I modelli ibridi

14.4. L'era digitale nelle industrie culturali

- 14.4.1. Le industrie culturali digitali
- 14.4.2. Nuovi modelli nell'era digitale

14.5. Media digitali e media nell'era digitale

- 14.5.1. Il business della stampa online
- 14.5.2. La radio nell'ambiente digitale
- 14.5.3. Particolarità dei mezzi di comunicazione nell'era digitale

14.6. Globalizzazione e diversità nella cultura

- 14.6.1. Concentrazione, internazionalizzazione e globalizzazione delle industrie culturali
- 14.6.2. La lotta per la diversità culturale

14.7. Politiche culturali e cooperazione

- 14.7.1. Politiche culturali
- 14.7.2. Il ruolo degli Stati e delle regioni dei Paesi

14.8. La diversità musicale sul cloud

- 14.8.1. Il settore musicale oggi
- 14.8.2. Il cloud
- 14.8.3. Iniziative latino/latino-americane

14.9. Diversità nell'industria audiovisiva

- 14.9.1. Dal pluralismo alla diversità
- 14.9.2. Diversità, cultura e comunicazione
- 14.9.3. Conclusioni e proposte

14.10. Diversità audiovisiva su Internet

- 14.10.1. Il sistema audiovisivo nell'era di internet
- 14.10.2. Offerta televisiva e diversità
- 14.10.3. Conclusioni

Modulo 15. Gestione e promozione di prodotti audiovisivi

15.1. La distribuzione audiovisiva

- 15.1.1. Introduzione
- 15.1.2. Attori della distribuzione
- 15.1.3. I prodotti del marketing
- 15.1.4. Aree di distribuzione audiovisiva
- 15.1.5. Distribuzione nazionale
- 15.1.6. Distribuzione internazionale

15.2. La società di distribuzione

- 15.2.1. La struttura organizzativa
- 15.2.2. La negoziazione del contratto di distribuzione
- 15.2.3. I clienti internazionali

15.3. Finestre operative, contratti e vendite internazionali

- 15.3.1. Finestre operative
- 15.3.2. Contratti di distribuzione internazionale
- 15.3.3. Le vendite internazionali

15.4. Marketing cinematografico

- 15.4.1. Il marketing nel cinema
- 15.4.2. La catena del valore della produzione cinematografica
- 15.4.3. I mezzi pubblicitari al servizio della promozione
- 15.4.4. Strumenti di lancio

15.5. Ricerche di mercato nel cinema

- 15.5.1. Introduzione
- 15.5.2. Fase di pre-produzione
- 15.5.3. Fase di post-produzione
- 15.5.4. Fase di marketing

15.6. Reti sociali e promozione del film

- 15.6.1. Introduzione
- 15.6.2. Promesse e limiti delle reti sociali
- 15.6.3. Gli obiettivi e la loro valutazione
- 15.6.4. Calendario e strategie di promozione
- 15.6.5. Interpretare ciò che dicono i social media

15.7. Distribuzione audiovisiva su Internet I

- 15.7.1. Il nuovo mondo della distribuzione audiovisiva
- 15.7.2. Il processo di distribuzione su internet
- 15.7.3. Prodotti e possibilità nel nuovo scenario
- 15.7.4. Nuovi modi di distribuzione

15.8. Distribuzione audiovisiva su Internet II

- 15.8.1. Chiavi del nuovo scenario
- 15.8.2. I pericoli di distribuzione su internet
- 15.8.3. Video *On Demand* (VOD) come nuova finestra di distribuzione

15.9. Nuovi spazi per la distribuzione

- 15.9.1. Introduzione
- 15.9.2. La rivoluzione di *Netflix*

15.10. I festival del cinema

- 15.10.1. Introduzione
- 15.10.2. Il ruolo dei festival cinematografici nella distribuzione e nell'esposizione

Modulo 16. Generi, formati e programmazione televisiva**16.1. Il genere in televisione**

- 16.1.1. Introduzione
- 16.1.2. Generi televisivi

16.2. Il format in televisione

- 16.2.1. Approccio al concetto di format
- 16.2.2. I format televisivi

16.3. Fare televisione

- 16.3.1. Il processo creativo nell'intrattenimento
- 16.3.2. Il processo creativo nella fiction

16.4. Evoluzione dei format nell'attuale mercato internazionale I

- 16.4.1. Consolidamento del format
- 16.4.2. Il format della realtà televisiva
- 16.4.3. Cosa c'è di nuovo nel *Reality TV*
- 16.4.4. La tv digitale terrestre e la crisi finanziaria

16.5. Evoluzione dei format nell'attuale mercato internazionale II

- 16.5.1. Mercati emergenti
- 16.5.2. Marchi globali
- 16.5.3. La televisione si reinventa
- 16.5.4. L'era della globalizzazione

16.6. Vendere il format II Pitching

- 16.6.1. Vendita di un format televisivo
- 16.6.2. Il *Pitching*

16.7. Introduzione alla programmazione televisiva

- 16.7.1. Il ruolo della programmazione
- 16.7.2. Fattori che influenzano la programmazione

16.8. Modelli di programmazione televisiva

- 16.8.1. Stati Uniti e Regno Unito
- 16.8.2. Spagna

16.9. La pratica professionale della programmazione televisiva

- 16.9.1. Il dipartimento di programmazione
- 16.9.2. Programmazione per la televisione

16.10. Analisi del pubblico

- 16.10.1. Ricerca del pubblico in televisione
- 16.10.2. Concetti e valutazioni del pubblico

Modulo 17. Pubblico audiovisivo**17.1. Il pubblico dei media audiovisivi**

- 17.1.1. Introduzione
- 17.1.2. La costituzione del pubblico

17.2. Lo studio del pubblico: le tradizioni I

- 17.2.1. Teoria degli effetti
- 17.2.2. Teoria degli usi e delle gratificazioni
- 17.2.3. Studi culturali

17.3. Lo studio del pubblico: le tradizioni II

- 17.3.1. Studi sulla ricezione
- 17.3.2. Il pubblico verso gli studi umanistici

17.4. Il pubblico da una prospettiva economica

- 17.4.1. Introduzione
- 17.4.2. La valutazione del pubblico

17.5. Teorie della ricezione

- 17.5.1. Introduzione alle teorie della ricezione
- 17.5.2. Approccio storico agli studi sulla ricezione

17.6. Il pubblico nel mondo digitale

- 17.6.1. Ambiente digitale
- 17.6.2. Comunicazione e cultura della convergenza
- 17.6.3. La natura attiva del pubblico
- 17.6.4. Interattività e partecipazione
- 17.6.5. La valutazione del pubblico
- 17.6.6. La valutazione del pubblico

17.7. Audizioni: le domande essenziali I

- 17.7.1. Introduzione
- 17.7.2. Chi sono?
- 17.7.3. Perché consumano?

17.8. Pubblico: le domande essenziali II

- 17.8.1. Chi consuma?
- 17.8.2. Come consumano?
- 17.8.3. Con quale risultato?

17.9. Il modello di *Engagement* I

- 17.9.1. L'impegno come meta-dimensione del comportamento del pubblico
- 17.9.2. La complessa valutazione dell'*Engagement*

17.10. Il modello di *Engagement* II

- 17.10.1. Introduzione Le dimensioni dell'*Engagement*
- 17.10.2. L'*Engagement* e le esperienze degli utenti

17.10.3. L'*Engagement* come risposta emotiva del pubblico

- 17.10.4. L'*Engagement* come risultato della cognizione umana
- 17.10.5. Comportamenti osservabili del pubblico come espressione dell'*Engagement*

Modulo 18. Sceneggiatura televisiva: programmi e fiction

18.1. La narrazione televisiva

- 18.1.1. Concetti e limiti
- 18.1.2. Codici e strutture

18.2. Categorie narrative in televisione

- 18.2.1. Lenunciazione
- 18.2.2. Personaggi
- 18.2.3. Azioni e trasformazioni
- 18.2.4. Lo spazio
- 18.2.5. Il tempo

18.3. Generi e format televisivi

- 18.3.1. Unità narrative
- 18.3.2. Generi e format televisivi

18.4. Format di fiction

- 18.4.1. La fiction televisiva
- 18.4.2. Sitcom
- 18.4.3. Le serie drammatiche
- 18.4.4. La soap opera
- 18.4.5. Altri formati

18.5. Sceneggiature di fiction in televisione

- 18.5.1. Introduzione
- 18.5.2. La tecnica

18.6. Il dramma in televisione

- 18.6.1. Le serie drammatiche
- 18.6.2. La soap opera

18.7. Le serie di commedie

- 18.7.1. Introduzione
- 18.7.2. La sitcom

18.8. Il copione di intrattenimento

- 18.8.1. Copione passo dopo passo
- 18.8.2. Scrivere per raccontare

18.9. Scrittura della sceneggiatura di intrattenimento

- 18.9.1. Riunione di sceneggiatura
- 18.9.2. Sceneggiatura tecnica
- 18.9.3. Suddivisione della produzione
- 18.9.4. La scaletta

18.10. Progettazione della sceneggiatura di intrattenimento

- 18.10.1. Magazine
- 18.10.2. Programma di commedia
- 18.10.3. Fasi del ciclo contabile
- 18.10.4. *Talent Show*
- 18.10.5. Documentari
- 18.10.6. Altri formati



07

Metodologia

Questo programma ti offre un modo differente di imparare. La nostra metodologia si sviluppa in una modalità di apprendimento ciclico: *il Relearning*.

Questo sistema di insegnamento viene applicato nelle più prestigiose facoltà di medicina del mondo ed è considerato uno dei più efficaci da importanti pubblicazioni come il *New England Journal of Medicine*.





“

Scopri il Relearning, un sistema che abbandona l'apprendimento lineare convenzionale, per guidarti attraverso dei sistemi di insegnamento ciclici: una modalità di apprendimento che ha dimostrato la sua enorme efficacia, soprattutto nelle materie che richiedono la memorizzazione”

In TECH Business School impieghiamo il Metodo Casistico di Harvard

Il nostro programma offre un metodo rivoluzionario per sviluppare abilità e conoscenze. Il nostro obiettivo è quello di rafforzare le competenze in un contesto mutevole, competitivo e altamente esigente.

“

Grazie a TECH potrai sperimentare un modo di imparare che sta scuotendo le fondamenta delle università tradizionali di tutto il mondo"



Siamo la prima Università online che combina lo studio di casi della Harvard Business School con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione.



Il nostro programma ti prepara ad affrontare nuove sfide in ambienti incerti e a raggiungere il successo nella tua carriera.

Un metodo di apprendimento innovativo e differente

Questo programma intensivo della Business School di TECH Università Tecnologica prepara gli studenti ad affrontare tutte le sfide di questo settore, sia a livello nazionale che internazionale. Ci impegniamo a favorire la crescita personale e professionale, il miglior modo di incamminarsi verso il successo; per questo, TECH, utilizza i *casi di studio* di Harvard, con cui abbiamo un accordo strategico che ci permette di avvicinare i nostri studenti ai materiali della migliore Università del mondo.

“*Imparerai, attraverso attività collaborative e casi reali, la risoluzione di situazioni complesse in ambienti aziendali reali*”

Il Metodo Casistico è stato il sistema di apprendimento più usato nelle migliori Business School del mondo da quando esistono. Sviluppato nel 1912 affinché gli studenti di Diritto non imparassero solo la legge sulla base del contenuto teorico, il Metodo Casistico consisteva nel presentare situazioni reali complesse per far prendere loro decisioni e giudicare come risolverle. Nel 1924 fu stabilito come metodo di insegnamento standard ad Harvard.

Cosa dovrebbe fare un professionista per affrontare una determinata situazione? Questa è la domanda con cui ci confrontiamo nel metodo casistico, un metodo di apprendimento orientato all'azione. Durante il programma, gli studenti si confronteranno con diversi casi reali. Dovranno integrare tutte le loro conoscenze, effettuare ricerche, argomentare e difendere le proprie idee e decisioni.

Metodologia Relearning

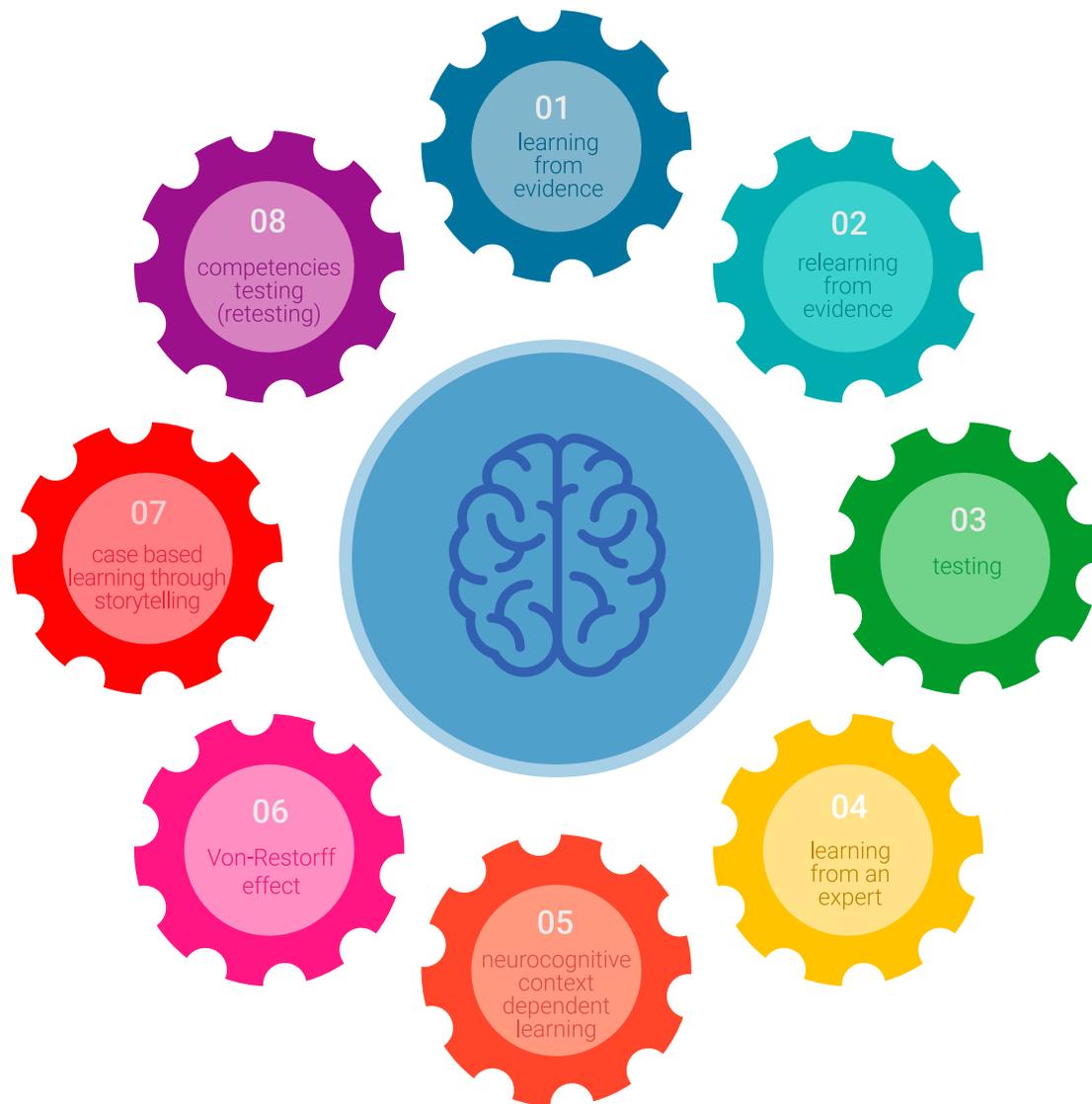
La nostra Università è la prima al mondo a coniugare lo *studio di casi clinici* di Harvard con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione e che combina un minimo di elementi diversi in ogni lezione.

TECH perfeziona il *metodo casistico* di Harvard con la migliore metodologia di insegnamento del momento, 100% online: il Relearning.

Il nostro sistema online ti permetterà di organizzare il tuo tempo e il tuo ritmo di apprendimento, adattandolo ai tuoi impegni. Sarai in grado di accedere ai contenuti disponibili da qualsiasi dispositivo fisso o mobile dotato di connessione a internet.

In TECH imparerai con una metodologia all'avanguardia progettata per formare i manager del futuro. Questo metodo, all'avanguardia della pedagogia mondiale, si chiama Relearning.

La nostra Business School è l'unica scuola di lingua spagnola autorizzata a utilizzare questo metodo di successo. Nel 2019 siamo riusciti a migliorare il livello di soddisfazione generale dei nostri studenti (qualità dell'insegnamento, qualità dei materiali, struttura del corso, obiettivi...) rispetto agli indicatori della migliore università online.



Nel nostro programma, l'apprendimento non è un processo lineare, ma avviene in spirale (impariamo, disimpariamo, dimentichiamo e re-impariamo). Pertanto, combiniamo ciascuno di questi elementi in modo concentrico. Con questa metodologia abbiamo formato oltre 650.000 laureati con un successo senza precedenti, in ambiti molto diversi come la biochimica, la genetica, la chirurgia, il diritto internazionale, le competenze manageriali, le scienze sportive, la filosofia, il diritto, l'ingegneria, il giornalismo, la storia, i mercati e gli strumenti finanziari. Tutto questo in contesto molto esigente, con un corpo di studenti universitari di alto profilo socioeconomico e un'età media di 43,5 anni.

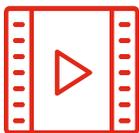
Il Relearning ti permetterà di apprendere con meno sforzo e maggior rendimento, impegnandoti maggiormente nella tua specializzazione, sviluppando uno spirito critico, difendendo gli argomenti e contrastando le opinioni: un'equazione che punta direttamente al successo.

Dalle ultime evidenze scientifiche nel campo delle neuroscienze, non solo sappiamo come organizzare le informazioni, le idee, le immagini e i ricordi, ma sappiamo che il luogo e il contesto in cui abbiamo imparato qualcosa è fondamentale per la nostra capacità di ricordarlo e immagazzinarlo nell'ippocampo, per conservarlo nella nostra memoria a lungo termine.

In questo modo, e in quello che si chiama Neurocognitive Context-dependent E-learning, i diversi elementi del nostro programma sono collegati al contesto in cui il partecipante sviluppa la sua pratica professionale.



Questo programma offre i migliori materiali didattici, preparati appositamente per i professionisti:



Materiale di studio

Tutti i contenuti didattici sono creati appositamente per il corso dagli specialisti che lo impartiranno, per fare in modo che lo sviluppo didattico sia davvero specifico e concreto.

Questi contenuti sono poi applicati al formato audiovisivo che supporterà la modalità di lavoro online di TECH. Tutto questo, con le ultime tecniche che offrono componenti di alta qualità in ognuno dei materiali che vengono messi a disposizione dello studente.



Master class

Esistono prove scientifiche sull'utilità dell'osservazione di terzi esperti.

La denominazione "Learning from an Expert" rafforza le conoscenze e i ricordi e genera sicurezza nel futuro processo decisionale.



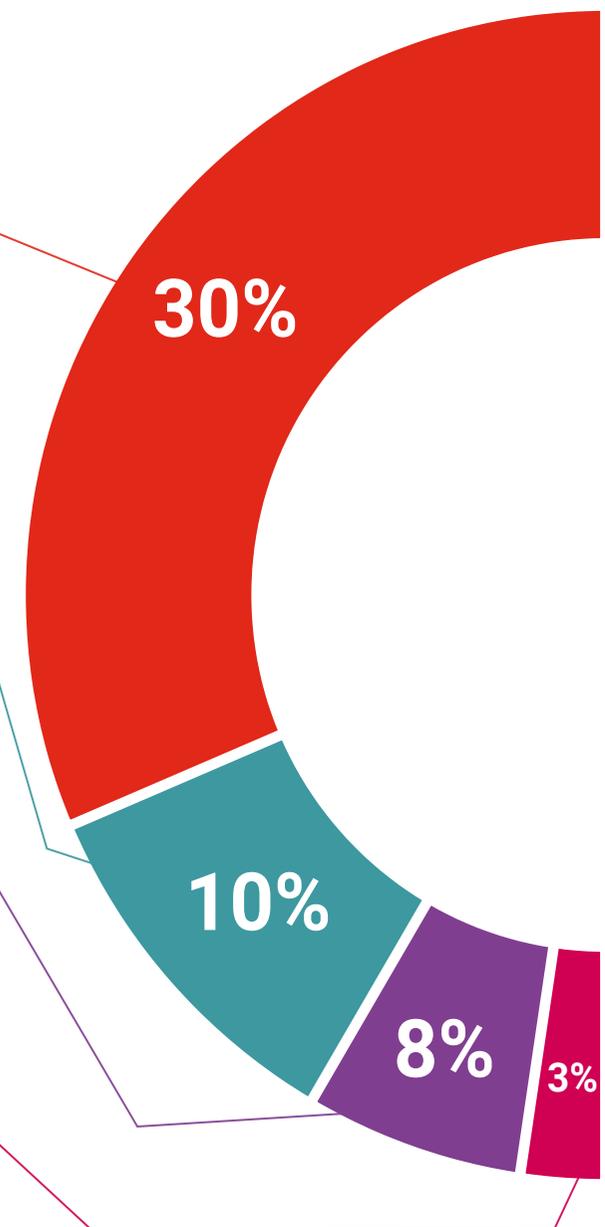
Pratica di competenze manageriali

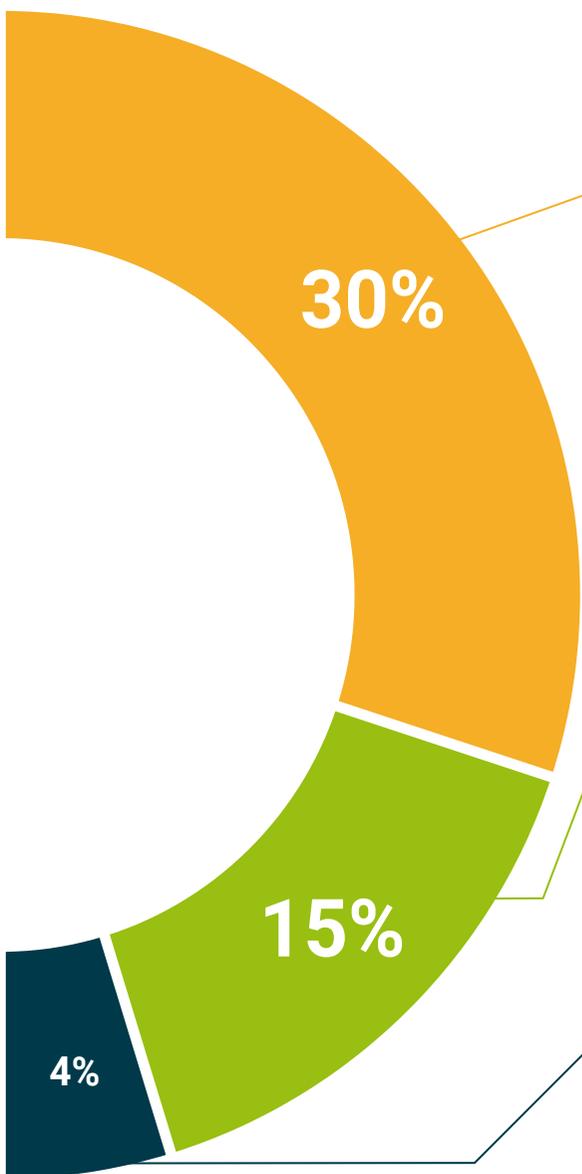
Realizzerai attività per sviluppare competenze manageriali specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che un senior manager deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



Letture complementari

Articoli recenti, documenti di consenso e linee guida internazionali, tra gli altri. Nella biblioteca virtuale di TECH potrai accedere a tutto il materiale necessario per completare la tua formazione.





Casi di Studio

Completerai una selezione dei migliori casi aziendali usati alla Harvard Business School. Casi presentati, analizzati e tutorati dai migliori specialisti dell'alta direzione in America Latina.



Riepiloghi interattivi

Il team di TECH presenta i contenuti in modo accattivante e dinamico in pillole multimediali che includono audio, video, immagini, diagrammi e mappe concettuali per consolidare la conoscenza.

Questo esclusivo sistema di formazione per la presentazione di contenuti multimediali è stato premiato da Microsoft come "Caso di successo in Europa".



Testing & Retesting

Valutiamo e rivalutiamo periodicamente le tue conoscenze durante tutto il programma con attività ed esercizi di valutazione e di autovalutazione, affinché tu possa verificare come raggiungi progressivamente i tuoi obiettivi.



08

Profilo dei nostri studenti

Il profilo degli studenti di TECH Università Tecnologica è quello di professionisti con una vasta formazione ed esperienza che comprendono l'importanza di proseguire gli studi durante la loro vita lavorativa. In questo caso particolare, si tratta di professionisti con conoscenze precedenti nella direzione aziendale che vogliono espandere il loro campo d'azione verso l'industria audiovisiva e che riusciranno ad ottenerlo attraverso un piano di studi di alta qualità.



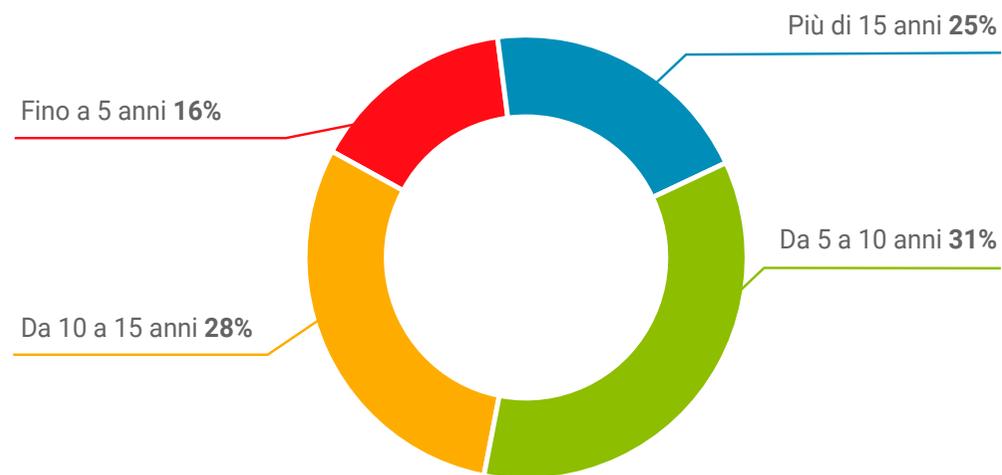
“

Questo programma è rivolto a persone interessate a migliorare la loro capacità di inserimento professionale grazie a piani di studio di primo livello"

Età media

Da **35** y **45** anni

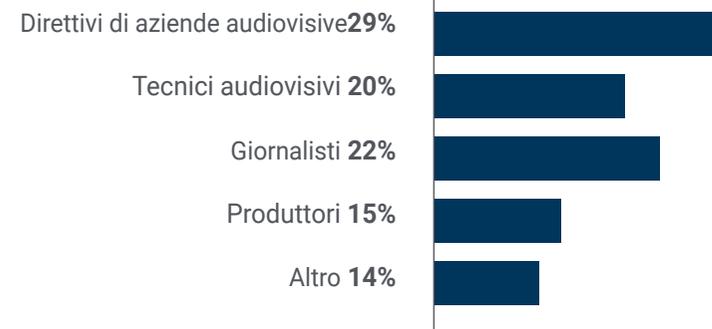
Anni di esperienza



Programma



Profilo accademico



Distribuzione geografica



Martín Rodríguez

Direttrice di un'azienda audiovisiva

"Questo programma mi ha dato l'opportunità di aggiornarmi in un settore che è attualmente molto rilevante e nel quale stavo pensando di entrare da un po' di tempo. Fortunatamente, le conoscenze acquisite in questo Master Specialistico mi hanno dato l'impulso necessario per iniziare la mia attività. Un passo che non avrei fatto senza TECH"

09

Direzione del corso

Il personale docente incaricato dell'elaborazione di questo Master Specialistico è stato accuratamente selezionato da TECH in base alle sue elevate capacità di direzione, gestione e leadership nel mondo dell'Industria Audiovisiva.

Gli studenti avranno accesso a contenuti creati da professionisti con una vasta esperienza nel settore che, inoltre, condividono i segreti e i metodi di lavoro più efficaci per raggiungere i vertici della direzione audiovisiva con le competenze più perfezionate.



“

Ottieni il meglio grazie alle conoscenze e alla vasta esperienza professionale di un personale docente poliedrico e multidisciplinare nel mondo dell'Industria Audiovisiva"

Direzione



D. Ledesma Carrillo, Carlos Atxoña

- ◆ Responsabile Area Internazionale/ Legale Area Manager presso "Transporte Interurbanos" di Tenerife S.A.U.
- ◆ Responsabile legale presso Avalon Biz Consulting
- ◆ Formatore Rgpd in ESFOCC "Escuela Superior de Formación y Consulente", Canarie
- ◆ Legale presso Transportes Interurbanos de Tenerife S.A.U.
- ◆ Laurea in legge presso l'Università "La Laguna"
- ◆ Esperto in gestione del lavoro della "Escuela Europea de Dirección y Empresa" Madrid
- ◆ Diploma in gestione delle conoscenze aziendali, Università Rey Juan Carlos I
- ◆ MBA Master in Amministrazione e Direzione Aziendale presso l'Università Europea delle Canarie

Professori

Dott. González, Alexis

- ◆ Direttore finanziario della banca "Cajasieta" di Tenerife, Isole Canarie
- ◆ Co-fondatore del Club di Investimento in Borsa della Facoltà di Studi Commerciali
- ◆ Laureato in Direzione e Amministrazione d'Impresa presso l'Università de Las Palmas di Gran Canaria
- ◆ Laureato in Scienze Aziendali presso l'Università de Las Palmas di Gran Canaria
- ◆ Master in Fiscalità e Consulenza Fiscale del Centro di Studi Finanziari in collaborazione con l'Associazione Spagnola dei Consulenti Fiscali.
- ◆ Executive Master in Gestione Finanziaria e Finanza Avanzata dell'Istituto Superiore di Tecniche e Pratiche Bancarie
- ◆ Esperto in pianificazione finanziaria e controllo di gestione nel settore bancario per Analistas Financieros Internacionales (AFI)
- ◆ Esperto in Sviluppo Esecutivo nella Gestione del Portafoglio da parte degli Analisti Finanziari Internazionali



09

Prospettive di carriera

Questo programma di TECH è assolutamente essenziale per tutti i professionisti del business che desiderano dare una svolta alla loro carriera, specializzandosi in un settore complesso e molto intenso come quello delle aziende audiovisive. Un Master Specialistico che include gli aspetti più rilevanti in questo settore, e che segnerà un plus di qualità nel CV degli studenti. Senza dubbio, l'opportunità che stavano aspettando per migliorare la loro carriera.



“

*Grazie a questo programma
imparerai a gestire con successo le
aziende audiovisive”*

Sei pronto a dare una svolta? Un eccellente miglioramento professionale ti aspetta

Il Senior Audiovisual Industry Management di TECH Università Tecnologica è un programma intensivo che prepara gli studenti ad affrontare le sfide e le decisioni aziendali a livello nazionale ed internazionale. Il suo obiettivo principale è quello di promuovere la crescita personale e professionale. Aiutarli nel raggiungimento del successo.

Per questo, coloro che desiderano superare loro stessi, ottenere un cambiamento positivo a livello professionale e creare una rete di contatti con i migliori professionisti, incontreranno il luogo ideale presso TECH.

Creare un cambiamento positivo

Momento del cambiamento



Tipo di cambiamento



Se desideri un cambiamento positivo nella tua professione, non lasciarti scappare l'opportunità di specializzarti in TECH.

Una grande percentuale dei nostri studenti raggiunge il successo lavorativo dopo aver studiato con noi.

Miglioramento salariale

La realizzazione di questo programma prevede per i nostri studenti un incremento salariale superiore al 25%.



10

Benefici per la tua azienda

Questo programma di TECH è stato progettato tenendo conto delle necessità di formazione dei professionisti del business nel Senior Audiovisual Industry Management, ma anche di ciò che gli studenti potranno apportare alle aziende in cui lavorano. Pertanto, non sarà solo un vantaggio competitivo per gli studenti stessi, fornendo loro una maggiore possibilità d'inserimento professionale ma anche per le aziende, in cui potranno apportare tutto il loro valore e le loro conoscenze.





“

*Apportare nelle aziende audiovisive in cui
lavori un modello di gestione nuovo, più
aggiornato e più competitivo”*

Sviluppare e mantenere il talento nelle aziende è il miglior investimento a lungo termine.

01

Crescita del talento e del capitale intellettuale

Il manager porterà all'azienda nuovi concetti, strategie e prospettive che possono portare cambiamenti significativi nell'organizzazione.

02

Trattenere i manager ad alto potenziale ed evitare la fuga di cervelli

Questo programma rafforza il legame tra l'azienda e il manager e apre nuove vie di crescita professionale all'interno dell'azienda.

03

Creare agenti di cambiamento

Il manager sarà in grado di prendere decisioni in tempi di incertezza e di crisi, aiutando l'organizzazione a superare gli ostacoli.

04

Incremento delle possibilità di espansione internazionale

Grazie a questo programma, l'azienda entrerà in contatto con i principali mercati dell'economia mondiale.



05

Sviluppo di progetti propri

Il manager lavorare su un progetto concreto o sviluppare nuovi progetti nell'ambito di R&S o del Business Development della tua compagnia.

06

Aumento della competitività

Questo Master Specialistico fornirà agli studenti le competenze necessarie per affrontare nuove sfide e portare avanti l'azienda.

11 Titolo

Il Master Privato in Nutrizione Clinica in Pediatria garantisce, oltre alla formazione più rigorosa e aggiornata, l'accesso al Master rilasciato dalla TECH Università Tecnologica.



“

Il conseguimento di questo Master Specialistico ti darà accesso a una qualifica di alto livello che sarà essenziale per migliorare la capacità d'inserimento professionale”

Questo **Master Specialistico in Senior Audiovisual Industry Management** possiede il programma scientifico più completo e aggiornato presente sul mercato.

Dopo aver superato le valutazioni, lo studente riceverà, mediante lettera certificata* con ricevuta di ritorno, il suo corrispondente titolo **Master Specialistico** rilasciato da **TECH Università Tecnologica**.

Il titolo rilasciato da **TECH Università Tecnologica** indica la qualifica ottenuta nel Master e soddisfa i requisiti comunemente richiesti da borse di lavoro, concorsi e commissioni di valutazione di carriere professionali.

Titolo: **Master Specialistico in Senior Audiovisual Industry Management**

CFU: 120

N.º Ore Ufficiali: **3.000 O.**



*Apostille dell'Aia Se lo studente dovesse richiedere che il suo diploma cartaceo sia provvisto di Apostille dell'Aia, TECH EDUCATION effettuerà le gestioni opportune per ottenerla pagando un costo aggiuntivo.



Master Specialistico Senior Audiovisual Industry Management

- » Modalità: **online**
- » Durata: **2 anni**
- » Titolo: **TECH Università Tecnologica**
- » Dedizione: **16 ore/settimana**
- » Orario: **a scelta**
- » Esami: **online**

Master Specialistico

Senior Audiovisual Industry Management

