

# Executive Master

## MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais

**M B A G E A**





## Executive Master MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais

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

Acesso ao site: [www.techtute.com/br/escola-de-negocios/executive-master/executive-master-mba-gestao-empresas-audiovisuais](http://www.techtute.com/br/escola-de-negocios/executive-master/executive-master-mba-gestao-empresas-audiovisuais)

# Índice

01

Boas-vindas

---

*pág. 4*

02

Por que estudar na TECH?

---

*pág. 6*

03

Por que o nosso programa?

---

*pág. 10*

04

Objetivos

---

*pág. 14*

05

Competências

---

*pág. 20*

06

Estrutura e conteúdo

---

*pág. 26*

07

Metodologia

---

*pág. 42*

08

Perfil dos nossos alunos

---

*pág. 50*

09

Direção de curso

---

*pág. 70*

10

Impacto para a sua carreira

---

*pág. 74*

11

Benefícios para a sua empresa

---

*pág. 78*

12

Certificado

---

*pág. 82*

# 01

# Boas-vindas

As diversas mudanças na indústria audiovisual foram aceleradas, alimentando-se de movimentos sociais, econômicos e culturais ao redor do mundo. Por esta razão, a produção audiovisual tornou-se uma arte que ajuda a criar um produto para diferentes mídias e para outros setores. Por outro lado, o impacto da tecnologia neste setor é inegável, tornando possível a adaptação às novas exigências das gerações modernas. Consequentemente, há uma necessidade de profissionais que sejam capazes de gerenciar com eficácia uma equipe de produção e pós-produção e ter as habilidades necessárias para lidar com sucesso com a realidade do jornalismo em diferentes áreas. Este e outros fundamentos podem ser vistos com precisão no programa desenhado para a Gestão de Empresas Audiovisuais.



Executive Master MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais  
TECH Universidade Tecnológica



“

*Conhecer o ambiente de trabalho da  
equipe de produção: meios tecnológicos,  
rotinas técnicas e recursos humanos”.*

02

# Por que estudar na TECH?

A TECH é a maior escola de negócios 100% online do mundo. Trata-se de uma Escola de Negócios de elite, um modelo com os mais altos padrões acadêmicos. Um centro internacional de alto desempenho e de capacitação intensiva das habilidades de gestão.



“

*A TECH é uma universidade na vanguarda da tecnologia, que coloca todos os seus recursos à disposição do aluno para ajudá-lo a alcançar o sucesso empresarial”*

## Na TECH Universidade Tecnológica



### Inovação

A universidade oferece um modelo de aprendizagem online que combina a mais recente tecnologia educacional com o máximo rigor pedagógico. Um método único com alto reconhecimento internacional que proporcionará aos alunos o conhecimento necessário para se desenvolverem em um mundo dinâmico, onde a inovação deve ser a principal aposta de todo empresário.

“Caso de Sucesso Microsoft Europa” por incorporar aos cursos um inovador sistema interativo de multivídeo.



### Máxima exigência

O critério de admissão da TECH não é econômico. Você não precisa fazer um grande investimento para estudar nesta universidade. No entanto, para concluir os cursos da TECH, os limites de inteligência e capacidade do aluno serão testados. O padrão acadêmico desta instituição é muito alto...

**95%**

dos alunos da TECH finalizam seus estudos com sucesso.



### Networking

Os cursos da TECH são realizados por profissionais de todo o mundo, permitindo que os alunos possam criar uma ampla rede de contatos que será útil para seu futuro.

**+100.000**

gestores capacitados a cada ano

**+200**

nacionalidades diferentes



### Empowerment

O aluno crescerá ao lado das melhores empresas e dos profissionais mais prestigiosos e influentes. A TECH desenvolveu parcerias estratégicas e uma valiosa rede de contatos com os principais agentes econômicos dos 7 continentes.

**+500**

Acordos de colaboração com as melhores empresas



### Talento

Este programa é uma proposta única para revelar o talento do aluno no mundo dos negócios. Uma oportunidade para demonstrar suas inquietudes e sua visão de negócio.

Ao concluir este programa, a TECH ajuda o aluno a mostrar ao mundo o seu talento.



### Contexto Multicultural

Ao estudar na TECH, o aluno irá desfrutar de uma experiência única. Estudará em um contexto multicultural. Em um curso com visão global, através do qual poderá aprender sobre a forma de trabalhar em diferentes partes do mundo, reunindo as informações mais atuais que melhor se adaptam à sua ideia de negócio.

A TECH conta com alunos de mais de 200 nacionalidades.





A TECH prima pela excelência e, para isso, conta com uma série de características que a tornam uma universidade única:

### Aprenda com os melhores

---



Em sala de aula, a equipe de professores da TECH explica o que os levou ao sucesso em suas empresas, trabalhando a partir de um contexto real, animado e dinâmico. Professores que se envolvem ao máximo para oferecer uma capacitação de qualidade, permitindo que o aluno cresça profissionalmente e se destaque no mundo dos negócios.

Professores de 20 nacionalidades diferentes.



*Na TECH você terá acesso aos estudos de casos mais rigorosos e atuais do mundo acadêmico"*



### Análise

---

A TECH explora o lado crítico do aluno, sua capacidade de questionar as coisas, suas habilidades interpessoais e de resolução de problemas.



### Excelência acadêmica

---

A TECH coloca à disposição do aluno a melhor metodologia de aprendizagem online. A universidade combina o método Relearning (a metodologia de aprendizagem de pós-graduação mais bem avaliada internacionalmente) com o Estudo de Caso. Tradição e vanguarda em um equilíbrio desafiador, com o itinerário acadêmico mais rigoroso.



### Economia de escala

---

A TECH é a maior universidade online do mundo. Conta com um portfólio de mais de 10.000 cursos de pós-graduação. E na nova economia, **volume + tecnologia = preço disruptivo**. Dessa forma, garantimos que estudar não seja tão caro quanto em outra universidade.

03

# Por que o nosso programa?

Fazer o programa de estudos da TECH significa multiplicar suas chances de alcançar o sucesso profissional na alta gestão empresarial.

É um desafio que requer esforço e dedicação, mas que abre as portas para um futuro promissor. O aluno irá aprender com a melhor equipe de professores e através da mais flexível e inovadora metodologia educacional.



“

*Contamos com um corpo docente de prestígio e o conteúdo mais completo do mercado, o que nos permite oferecer a você uma capacitação do mais alto nível acadêmico”*

Este curso irá proporcionar diversas vantagens profissionais e pessoais, entre elas:

01

### Dar um impulso definitivo na carreira do aluno

Ao estudar na TECH, o aluno será capaz de assumir o controle do seu futuro e desenvolver todo o seu potencial. Ao concluir este programa, o aluno irá adquirir as habilidades necessárias para promover uma mudança positiva em sua carreira em um curto espaço de tempo.

*70% dos participantes desta capacitação alcançam uma mudança profissional positiva em menos de 2 anos.*

02

### Desenvolver uma visão estratégica e global da empresa

A TECH oferece uma visão aprofundada sobre gestão geral, permitindo que o aluno entenda como cada decisão afeta as diferentes áreas funcionais da empresa.

*Nossa visão global da empresa irá melhorar sua visão estratégica.*

03

### Consolidar o aluno na gestão empresarial

Estudar na TECH significa abrir as portas para um cenário profissional de grande importância, para que o aluno possa se posicionar como um gestor de alto nível, com uma ampla visão do ambiente internacional.

*Você irá trabalhar mais de 100 casos reais de alta gestão.*

04

### Você irá assumir novas responsabilidades

Durante o programa de estudos, serão apresentadas as últimas tendências, avanços e estratégias, para que os alunos possam desenvolver seu trabalho profissional em um ambiente que está em constante mudança.

*45% dos alunos são promovidos dentro da empresa que trabalham.*

05

### Acesso a uma poderosa rede de contatos

A TECH conecta seus alunos para maximizar as oportunidades. Alunos com as mesmas inquietudes e desejo de crescer. Assim, será possível compartilhar parceiros, clientes ou fornecedores.

*Você irá encontrar uma rede de contatos essencial para o seu desenvolvimento profissional.*

06

### Desenvolver projetos empresariais de forma rigorosa

O aluno irá adquirir uma visão estratégica aprofundada que irá ajudá-lo a desenvolver seu próprio projeto, levando em conta as diferentes áreas da empresa.

*20% dos nossos alunos desenvolvem sua própria ideia de negócio.*

07

### Melhorar soft skills e habilidades de gestão

A TECH ajuda o aluno a aplicar e desenvolver os conhecimentos adquiridos e melhorar suas habilidades interpessoais para se tornar um líder que faz a diferença.

*Melhore as suas habilidades de comunicação e liderança e impulsiona a sua carreira.*

08

### Fazer parte de uma comunidade exclusiva

O aluno fará parte de uma comunidade de gestores de elite, grandes empresas, renomadas instituições e profissionais qualificados procedentes das universidades mais prestigiadas do mundo: a comunidade TECH Universidade Tecnológica.

*Oferecemos a você a oportunidade de se especializar com uma equipe de professores internacionalmente reconhecida.*

# 04 Objetivos

A excelência acadêmica e o desenvolvimento das habilidades profissionais dos estudantes é fundamental para a TECH. Com o programa MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais, o futuro graduado irá adquirir os conhecimentos necessários para compreender as necessidades e as vantagens do trabalho em equipe em projetos audiovisuais multicâmeras, podendo mover os programas de televisão do set para a tela. No final do programa, o estudante poderá adquirir a capacidade de análise teórica e crítica das estruturas organizacionais da comunicação audiovisual.



“

*Estude os processos de criação, produção e pós-produção de obras audiovisuais e administrar a gestão de uma equipe de trabalho em uma empresa audiovisual”*

Seus objetivos são os objetivos da TECH.  
Trabalhamos juntos para alcançá-los!

O Executive Master MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais capacitará o aluno para:

01

Ter as competências transversais e específicas necessárias para lidar com sucesso com a realidade do jornalismo cultural em diferentes campos

04

Conhecer e desenvolver as diretrizes essenciais para a documentação no jornalismo cultural

02

Conhecer a fundo a comunicação digital e o jornalismo cultural



03

Saber identificar, criar e desenvolver histórias com os diferentes pontos que as abrangem, marcadas pelo rigor e pela marca pessoal

05

Conhecer a jornada criativa da ideia, desde o roteiro até o produto na tela.



06

Aprender o básico dos elementos da encenação

08

Conhecer as bases do funcionamento do sistema audiovisual (estabelecer conteúdos fundamentais, conhecer os autores/textos trabalhados em cada assunto)

09

Adquirir a capacidade de análise teórica e crítica das estruturas organizacionais da comunicação audiovisual: compreender as principais ideias, relacionar conceitos e elementos

07

Ser capaz de analisar e prever os meios necessários com base em uma sequência

10

Aprofundar na estrutura histórica, econômico-política, social e tecnológica na qual os produtos audiovisuais são produzidos, distribuídos e consumidos.



11

Identificar os conceitos teóricos que definem os processos de produção de obras audiovisuais

14

Relacionar o filme com outras artes pictóricas, como fotografia e pintura

12

Conhecer o marco legal e a legislação que ampara o setor de produção audiovisual e seu impacto sobre os diferentes formatos de produção.



13

Capacidade e habilidade para as tarefas de direção/filmagem de filmes de acordo com um plano de roteiro, roteiro e plano de filmagem.

15

Analisar e desenvolver estratégias inovadoras que contribuam para a melhoria nos processos de gestão e tomadas de decisão, bem como para o desenvolvimento de produtos de informação em conformidade com as necessidades do público e dos anunciantes.

16

Compreender as estratégias de produção executiva no desenvolvimento e posterior distribuição de projetos audiovisuais.

18

Conhecer as modificações e variações que ocorrem nos gêneros televisivos no contexto da televisão contemporânea.

19

Reconhecer os diferentes formatos no contexto do cenário atual da televisão.

17

Identificar o projeto de marketing de uma produção audiovisual através de seu impacto sobre os diferentes meios audiovisuais contemporâneos.

20

Identificar as principais características de um formato, sua estrutura, funcionamento e fatores de impacto.



05

# Competências

Ao concluir o programa de MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais, o profissional terá desenvolvido uma série de competências que permitirão um ótimo desempenho em seu trabalho, podendo dar continuidade à sua carreira profissional. Como consequência, será possível entender o gerenciamento global de um projeto de comunicação em cada uma de suas fases, sendo capaz de tomar as decisões certas diante de qualquer eventualidade e manter um pensamento objetivo em todos os momentos.



“

*Esse programa se tornará uma excelente forma de acesso a novas oportunidades profissionais. Não perca esta chance”*

01

Descrever o que é jornalismo cultural

02

Sabendo como lidar efetivamente com a rede 3.0

03

Usar as redes sociais em um ambiente jornalístico

04

Conhecer a composição das equipes de produção audiovisual.

05

Organizar uma encenação



06

Planificar ações narrativas ajustadas aos meios disponíveis.

08

Utilizar o sistema multicâmeras



09

Conhecer e aplicar as estruturas organizacionais da comunicação audiovisual.

07

Dominando as diferentes fases do projeto audiovisual

10

Sabendo como se adaptar aos padrões de consumo do momento

11

Conhecer o código relacional dos diferentes agentes da comunicação audiovisual.

14

Conhecer o marco legal

12

Ter uma visão contextual



13

Descrever a evolução histórica da produção audiovisual

15

Criar produtos ajustados ao financiamento disponível



16

Distribuir o orçamento para diferentes itens

18

Organizar as diferentes equipes humanas



19

Planificar a amortização de produtos audiovisuais

17

Conhecer os canais de distribuição

20

Produzir um produto audiovisual para diferentes meios

06

# Estrutura e conteúdo

A gestão de uma empresa audiovisual requer um perfil de excelência. Por esta razão, a TECH desenvolveu um programa que se dedica a garantir o cumprimento das exigências do mercado de trabalho no mundo atual. Através de uma modalidade 100% online, o profissional terá a oportunidade de identificar as diferenças entre as diversas formas de abordar o estudo da receptividade audiovisual e o atual estado da mesma. Desta forma, os 12 meses de aprendizagem deste Executive Master podem ser realizados de forma única e estimulante, seguindo exemplos práticos e a orientação de professores especializados nesta área.



“

*Interpretar, analisar e comentar sobre um formato de televisão a partir de uma perspectiva profissional, estética e cultural”*

## Plano de estudos

As diversas mudanças que se desenvolveram na indústria audiovisual foram reforçadas por diferentes fatores, tais como a revolução industrial, as mudanças sociais e, é claro, o avanço da tecnologia. Dessa forma, é essencial contar com profissionais que tenham um conhecimento abrangente de uma série de habilidades nessas diferentes áreas.

O MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais garante aos alunos uma compreensão abrangente das ferramentas necessárias para organizar e gerenciar os processos dos diferentes departamentos envolvidos em uma produção audiovisual. O programa começará com uma visão geral dos conceitos de indústria e cultura, bem como o lado técnico da realização do projeto do ponto de vista teórico e prático.

Desta forma, tudo o que você aprenderá será convertido em habilidades reais de trabalho que lhe permitirão aumentar sua capacidade de forma intensa. Desta maneira, o futuro graduado compreenderá a estrutura do sistema audiovisual e a forma como a produção deste tipo de conteúdo está de acordo com o seu financiamento e sua valorização do investimento em termos de custos e benefícios.

Ao longo de 2.700 horas de aprendizagem, os alunos analisam inúmeros casos práticos através de trabalhos individuais e em grupo. Assim, eles poderão conhecer as bases que determinam a direção dos atores na ficção e a criação do discurso narrativo.

Os estudantes também serão motivados a adquirir um conhecimento profundo dos novos gêneros e formatos que estão sendo utilizados na TV. Sabendo utilizar a informação através das mídias sociais e desenvolver um plano de comunicação. Desta forma, é criado um programa de estudos que se concentra nas demandas atuais deste setor e prepara os formandos para enfrentar os desafios da gestão de um departamento nesta área.

Este Executive Master tem duração de 12 meses e é dividido em 15 módulos:

<b>Módulo 1</b>	Jornalismo Cultural
<b>Módulo 2</b>	Teorias e técnica de produção
<b>Módulo 3</b>	Estrutura do sistema audiovisual
<b>Módulo 4</b>	Produção audiovisual
<b>Módulo 5</b>	Produção de ficção e Direção de Atores
<b>Módulo 6</b>	Indústrias culturais e novos modelos de negócios na comunicação
<b>Módulo 7</b>	Gestão e promoção de produtos audiovisuais
<b>Módulo 8</b>	Gêneros, formatos e programação em televisão
<b>Módulo 9</b>	O público audiovisual
<b>Módulo 10</b>	Roteiro de televisão: programa e ficção
<b>Módulo 11</b>	Liderança, Ética e Responsabilidade Social Corporativa
<b>Módulo 12</b>	Gestão de Pessoas e Gestão de Talentos
<b>Módulo 13</b>	Gestão Econômico-Financeira
<b>Módulo 14</b>	Gestão Comercial e Marketing Estratégico
<b>Módulo 15</b>	Gestão Executiva

### Onde, quando e como é ensinado?

A TECH oferece a possibilidade de realizar este MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais totalmente online. Durante os 12 meses de capacitação você poderá acessar todo o conteúdo deste programa a qualquer momento, o que lhe permite gestionar o seu tempo de estudo

*Uma experiência de capacitação única, fundamental e decisiva para impulsionar seu crescimento profissional.*



## Módulo 1. Jornalismo Cultural

1.1. O jornalismo cultural na mídia convencional e sua integração no mundo digital	1.2. A arte de contar histórias	1.3. Guias essenciais para a documentação jornalística cultural	1.4. A filosofia de comunicação 3.0
1.5. Gestão da mídia e das redes sociais	1.6. Conteúdo jornalístico interativo	1.7. Paradigmas de comunicação	1.8. Posicionamento na web: SEO, SEM, SMO, SMM e SERM. Conteúdo jornalístico especializados

## Módulo 2. Teorias e técnica de produção

<p><b>2.1. A Produção como a construção da obra audiovisual. A equipe de trabalho</b></p> <p>2.1.1. Do roteiro literário até o roteiro técnico ou o playbill</p> <p>2.1.2. A equipe de trabalho</p>	<p><b>2.2. Os elementos da montagem em televisão. Os materiais da construção</b></p> <p>2.2.1. A pré-adaptação espacial. Direção artística</p> <p>2.2.2. Os elementos da montagem em televisão</p>	<p><b>2.3. A pré-produção. Os documentos da produção</b></p> <p>2.3.1. O roteiro técnico</p> <p>2.3.2. A planta cenográfica</p> <p>2.3.3. O <i>storyboard</i></p> <p>2.3.4. Planejar</p> <p>2.3.5. O plano de filmagem</p>	<p><b>2.4. O valor expressivo do som</b></p> <p>2.4.1. Tipologia dos elementos sonoros</p> <p>2.4.2. Construção do espaço sonoro</p>
<p><b>2.5. O valor expressivo da luz</b></p> <p>2.5.1. Valor expressivo da luz</p> <p>2.5.2. Técnicas de Iluminação básicas</p>	<p><b>2.6. Técnicas básicas de filmagem por uma única câmera</b></p> <p>2.6.1. Usos e técnicas de filmagem por uma única câmera</p> <p>2.6.2. O subgênero do <i>Found Footage</i>. Cinema de ficção e documentários</p> <p>2.6.3. Produção com uma única câmera na televisão</p>	<p><b>2.7. A montagem</b></p> <p>2.7.1. A montagem como encaixe. A reconstrução do espaço-tempo</p> <p>2.7.2. Técnicas de montagem não linear</p>	<p><b>2.8. Pós-produção e classificação por cores</b></p> <p>2.8.1. Pós-produção</p> <p>2.8.2. Conceito de montagem vertical</p> <p>2.8.3. Correção de cores</p>
<p><b>2.9. Os formatos e a equipe de execução</b></p> <p>2.9.1. Formatos com várias câmeras</p> <p>2.9.2. O estudo e a equipe</p>	<p><b>2.10. Chaves, técnicas e rotinas em filmagens multicâmeras</b></p> <p>2.10.1. Técnicas multicâmera</p> <p>2.10.2. Alguns formatos comuns</p>		

**Módulo 3. Estrutura do sistema audiovisual**

<b>3.1. Uma introdução as Indústrias culturais (I. C.)</b> 3.1.1. Conceitos de cultura. Cultura-Comunicação 3.1.2. Teoria e evolução das I.C.: tipos e modelos	<b>3.2. Indústria cinematográfica I</b> 3.2.1. Características e principais agentes 3.2.2. Estrutura do sistema cinematográfico	<b>3.3. Indústria cinematográfica II</b> 3.3.1. A indústria cinematográfica estadunidense 3.3.2. As produtoras independentes 3.3.3. Problemas e debates na indústria cinematográfica	<b>3.4. Indústria cinematográfica III</b> 3.4.1. A regulação cinematográfica Estado e cultura Políticas de proteção e promoção da cinematografia 3.4.2. Estudo de caso
<b>3.5. Indústria televisiva I</b> 3.5.1. A televisão econômica 3.5.2. Modelos fundadores 3.5.3. Transformações	<b>3.6. Indústria televisiva II</b> 3.6.1. A indústria televisiva norte-americana 3.6.2. Principais características 3.6.3. A regulação estatal	<b>3.7. Indústria televisiva III</b> 3.7.1. Televisão do serviço público na Europa 3.7.2. Crises e debates	<b>3.8. Os eixos da mudança</b> 3.8.1. Novos processos no setor audiovisual 3.8.2. Debates regulatórios
<b>3.9. Televisão Digital Terrestre (TDT)</b> 3.9.1. O papel do Estado e experiências 3.9.2. As novas características do sistema televisivo	<b>3.10. Novos participantes na cena audiovisual</b> 3.10.1. Plataformas de serviços <i>Over-The-Top</i> (OTT) 3.10.2. Consequências de sua aparição		

**Módulo 4. Produção audiovisual**

<b>4.1. A produção Audiovisual</b> 4.1.1. Conceitos de introdução 4.1.2. A indústria audiovisual	<b>4.2. A equipe de produção</b> 4.2.1. Os profissionais 4.2.2. O produtos e o roteiro	<b>4.3. O projeto audiovisual</b> 4.3.1. A gestão de projetos 4.3.2. Avaliação do projeto 4.3.3. Apresentação de projetos	<b>4.4. Modalidades de produção e financiamento</b> 4.4.1. Financiamento da produção audiovisual 4.4.2. Modos de produção audiovisual 4.4.3. Recursos para o financiamento prévio
<b>4.5. A equipe de produção e a divisão do roteiro</b> 4.5.1. A equipe de produção 4.5.2. A divisão de roteiro	<b>4.6. Os espaços de filmagem</b> 4.6.1. As locações 4.6.2. Os sets	<b>4.7. O elenco e os contratos de filmagem</b> 4.7.1. O elenco ou <i> Casting</i> 4.7.2. O teste de <i>elenco</i> 4.7.3. Contratos, direitos e seguros	<b>4.8. O plano de trabalho e o orçamento do trabalho audiovisual</b> 4.8.1. O plano de trabalho 4.8.2. O orçamento
<b>4.9. A produção em filmagem ou gravação</b> 4.9.1. A preparação da filmagem 4.9.2. A equipe e os recursos de filmagem	<b>4.10. Pós-produção e o balance final do trabalho audiovisual</b> 4.10.1. A montagem e a pós-produção 4.10.2. Balance final e exploração		

## Módulo 5. Produção de ficção e Direção de Atores

### 5.1. A produção de ficção

- 5.1.1. Introdução
- 5.1.2. O processo e suas ferramentas

### 5.2. A ótica e a câmera

- 5.2.1. As ópticas e o enquadramento
- 5.2.2. O movimento da câmera
- 5.2.3. A continuidade

### 5.3. A luz e a cor: aspectos teóricos

- 5.3.1. Exposição
- 5.3.2. Teoria da cor

### 5.4. A iluminação no cinema

- 5.4.1. Ferramentas
- 5.4.2. A iluminação como narrativa

### 5.5. A cor e as ópticas

- 5.5.1. O controle de cor
- 5.5.2. As ópticas
- 5.5.3. O Controles da imagem

### 5.6. O trabalho de filmagem

- 5.6.1. A lista de planos
- 5.6.2. A equipe de trabalho e suas devidas funções

### 5.7. Questões técnicas para a direção de cinema

- 5.7.1. Os recursos da técnica

### 5.8. A visão dos diretores

- 5.8.1. Os diretores têm a palavra

### 5.9. Transformações digitais

- 5.9.1. Transformações analógico-digitais na fotografia cinematográfica
- 5.9.2. O reinado da pós-produção digital

### 5.10. A direção dos atores

- 5.10.1. Introdução
- 5.10.2. Principais métodos e técnicas
- 5.10.3. O trabalho com os atores

## Módulo 6. Indústrias culturais e novos modelos de negócios na comunicação

### 6.1. Os conceitos de cultura, economia, comunicação, tecnologia, IC

- 6.1.1. Cultura, Economia, Comunicação
- 6.1.2. As Indústrias Culturais

### 6.2. Tecnologia, comunicação e cultura

- 6.2.1. Cultura artesanal mercantilizada
- 6.2.2. Da performance ao vivo às artes plásticas
- 6.2.3. Museus e patrimônio

### 6.3. Os grandes setores das Indústrias culturais

- 6.3.1. Os produtos editoriais
- 6.3.2. As I.C. de fluxo
- 6.3.3. Os modelos híbridos

### 6.4. A era digital nas Indústrias Culturais

- 6.4.1. As Indústrias Culturais Digitais
- 6.4.2. Novos modelos na Era Digital

### 6.5. Meios digitais e meios de comunicação na era digital

- 6.5.1. O negócio da imprensa online
- 6.5.2. O rádio no ambiente digital
- 6.5.3. Particularidades dos meios de comunicação na era digital

### 6.6. A globalização e a diversidade na cultura

- 6.6.1. Concentração, internacionalização e globalização das Indústrias Culturais
- 6.6.2. A luta pela diversidade cultural

### 6.7. As Políticas culturais e de cooperação

- 6.7.1. Políticas culturais
- 6.7.2. O papel dos estados e dos países

### 6.8. A diversidade musical na nuvem

- 6.8.1. O cenário atual do setor musical
- 6.8.2. A nuvem
- 6.8.3. Iniciativas latinas/ ibero-americanas

### 6.9. Diversidade na indústria audiovisual

- 6.9.1. Do pluralismo à diversidade
- 6.9.2. Diversidade, cultura e comunicação
- 6.9.3. Conclusões e propostas

### 6.10. Diversidade Audiovisual na Internet

- 6.10.1. O sistema audiovisual na era da Internet
- 6.10.2. A oferta televisiva e a diversidade
- 6.10.3. Conclusões



**Módulo 7. Gestão e promoção de produtos audiovisuais**

<b>7.1. A distribuição audiovisual</b> 7.1.1. Introdução 7.1.2. Os agentes de distribuição 7.1.3. Os produtos da comercialização 7.1.4. As áreas de distribuição audiovisual 7.1.5. Distribuição nacional 7.1.6. Distribuição internacional	<b>7.2. A empresa de distribuição</b> 7.2.1. A estrutura organizacional 7.2.2. A negociação do contrato de distribuição 7.2.3. Os clientes internacionais	<b>7.3. Oportunidades de exploração, contratos e vendas internacionais</b> 7.3.1. Oportunidades de exploração 7.3.2. Contratos de distribuição internacional 7.3.3. As vendas internacionais	<b>7.4. Marketing cinematográfico</b> 7.4.1. Marketing no cinema 7.4.2. A cadeia de valor da produção cinematográfica 7.4.3. A mídia publicitária a serviço da promoção 7.4.4. As ferramentas para o lançamento
<b>7.5. A pesquisa de mercado no cinema</b> 7.5.1. Introdução 7.5.2. Fase de pré-produção 7.5.3. Fase de pós-produção 7.5.4. Fase de comercialização	<b>7.6. Redes sociais e promoção cinematográfica</b> 7.6.1. Introdução 7.6.2. Promessas e limites das redes sociais 7.6.3. Os objetivos e sua medição 7.6.4. Calendário de promoção e estratégias 7.6.5. Interpretar o que dizem as redes	<b>7.7. Distribuição audiovisual na Internet I</b> 7.7.1. O novo mundo da distribuição audiovisual 7.7.2. O processo da distribuição na internet 7.7.3. Os produtos e as possibilidades no novo cenário 7.7.4. Novos modos de distribuição	<b>7.8. Distribuição audiovisual na Internet II</b> 7.8.1. Chaves do novo cenário 7.8.2. Os perigos da distribuição na internet 7.8.3. O <i>Vídeo on Demand</i> (VOD) como nova oportunidade de distribuição
<b>7.9. Novos espaços para distribuição</b> 7.9.1. Introdução 7.9.2. A revolução <i>Netflix</i>	<b>7.10. Os festivais de cinema</b> 7.10.1. Introdução 7.10.2. O papel dos festivais de cinema na distribuição e exibição		

**Módulo 8. Gêneros, formatos e programação em televisão**

<b>8.1. O gêneros na televisão</b> 8.1.1. Introdução 8.1.2. Os gêneros da televisão	<b>8.2. Formatos em televisão</b> 8.2.1. Abordagem do conceito de formato 8.2.2. Os formatos da televisão	<b>8.3. A criação na televisão</b> 8.3.1. O processo criativo no entretenimento 8.3.2. O processo criativo na ficção	<b>8.4. Evolução dos formatos no mercado internacional atual I</b> 8.4.1. A consolidação do formato 8.4.2. O formato da telerrealidade 8.4.3. Novidades em <i>Reality Show</i> 8.4.4. A Televisão Digital Terrestre e a crise financeira
<b>8.5. Evolução dos formatos no mercado internacional atual II</b> 8.5.1. Os mercados emergentes 8.5.2. Marcas globais 8.5.3. A televisão se reinventa 8.5.4. A era da globalização.	<b>8.6. Vender o formato. O <i>pitching</i></b> 8.6.1. A venda de um formato televisivo 8.6.2. <i>O pitching</i>	<b>8.7. Introdução à programação televisiva</b> 8.7.1. A função da programação 8.7.2. Fatores que afetam a programação	<b>8.8. Os modelos de programação televisiva</b> 8.8.1. Estados Unidos e Reino Unido 8.8.2. Espanha
<b>8.9. O exercício profissional da programação televisiva</b> 8.9.1. O departamento de programação 8.9.2. Programar para televisão	<b>8.10. O estudo das audiências</b> 8.10.1. Pesquisa de audiência na televisão 8.10.2. Conceitos e índices de audiência		

## Módulo 9. O público audiovisual

### 9.1. As audiências nos meios audiovisuais

- 9.1.1. Introdução
- 9.1.2. A constituição das audiências

### 9.2. O estudo das audiências: As tradições I

- 9.2.1. Teoria dos efeitos
- 9.2.2. Teoria de usos e recompensas
- 9.2.3. Os estudos culturais

### 9.3. O estudo das audiências: As tradições II

- 9.3.1. Estudos sobre a recepção
- 9.3.2. A audiência para os estudos humanistas

### 9.4. Audiências sob uma perspectiva econômica

- 9.4.1. Introdução
- 9.4.2. A medição das audiências

### 9.5. Teorias da recepção

- 9.5.1. Introdução às teorias da recepção
- 9.5.2. Uma abordagem histórica dos estudos de recepção

### 9.6. As audiências no mundo digital

- 9.6.1. O ambiente digital
- 9.6.2. Comunicação e cultura da convergência
- 9.6.3. A característica ativa das audiências
- 9.6.4. Interatividade e participação
- 9.6.5. A transnacionalidade das audiências
- 9.6.6. As audiências fragmentadas
- 9.6.7. A autonomia das audiências

### 9.7. Audiência: as principais perguntas I

- 9.7.1. Introdução
- 9.7.2. Quem são
- 9.7.3. Por que consomem

### 9.8. Audiência: as principais perguntas II

- 9.8.1. O que consomem
- 9.8.2. Como consomem
- 9.8.3. Com que efeitos

### 9.9. O modelo de *engajamento* I

- 9.9.1. O Engajamento como metadimensão do comportamento das audiências
- 9.9.2. O valor completo do *engajamento*

### 9.10. O modelo de *engajamento* II

- 9.10.1. Introdução. As dimensões do *engajamento*
- 9.10.2. O *engajamento* e as experiências dos usuários
- 9.10.3. O engajamento como resposta emocional das audiências
- 9.10.4. O engagement como resultado da cognição humana
- 9.10.5. Os comportamento observáveis das audiências como expressão do Engajamento

**Módulo 10. Roteiro de televisão: programa e ficção****10.1. Narrativa televisiva**

- 10.1.1. Conceitos e limites
- 10.1.2. Códigos e estruturas

**10.2. Categorias narrativas na televisão**

- 10.2.1. O enunciado
- 10.2.2. Personagens
- 10.2.3. Ações e transformações
- 10.2.4. Espaço
- 10.2.5. O tempo

**10.3. Gêneros e formatos televisivo**

- 10.3.1. Unidades narrativas
- 10.3.2. Gêneros e formatos televisivo

**10.4. Formatos de ficção**

- 10.4.1. A ficção televisiva
- 10.4.2. A sitcom
- 10.4.3. As séries dramáticas
- 10.4.4. A novela
- 10.4.5. Outros formatos

**10.5. O roteiro de ficção na televisão**

- 10.5.1. Introdução
- 10.5.2. A técnica

**10.6. O drama em televisão**

- 10.6.1. As séries dramáticas
- 10.6.2. A novela

**10.7. As séries de comédia**

- 10.7.1. Introdução
- 10.7.2. A sitcom

**10.8. O roteiro do entretenimento**

- 10.8.1. O roteiro passo a passo
- 10.8.2. Escrever para dizer

**10.9. Redação de roteiros de entretenimento**

- 10.9.1. Reunião de roteiro
- 10.9.2. O roteiro técnico
- 10.9.3. A divisão da produção
- 10.9.4. Step Outline

**10.10. Desenho de roteiros de entretenimento**

- 10.10.1. *Talk Show*
- 10.10.2. Programa de humor
- 10.10.3. *Show de talentos*
- 10.10.4. Documentário
- 10.10.5. Outros formatos

## Módulo 11. Liderança, Ética e Responsabilidade Social Corporativa

### 11.1. Globalização e Governança

- 11.1.1. Governança e Governo Corporativo
- 11.1.2. Fundamentos da Governança Corporativa em empresas
- 11.1.3. O papel do Conselho de Administração na estrutura da Governança Corporativa

### 11.2. Liderança

- 11.2.1. Liderança. Uma abordagem conceitual
- 11.2.2. Liderança nas Empresas
- 11.2.3. A importância do líder na direção de empresas

### 11.3. *Cross Cultural Management*

- 11.3.1. Conceito de *Cross Cultural Management*
- 11.3.2. Contribuições para o conhecimento das culturas nacionais
- 11.3.3. Gestão de Diversidade

### 11.4. Desenvolvimento de gestão e liderança

- 11.4.1. Conceito de desenvolvimento gerencial
- 11.4.2. Conceito de liderança
- 11.4.3. Teorias de liderança
- 11.4.4. Estilos de liderança
- 11.4.5. Inteligência na liderança
- 11.4.6. Os desafios da liderança atualmente

### 11.5. Ética empresarial

- 11.5.1. Ética e moral
- 11.5.2. Ética empresarial
- 11.5.3. Liderança e ética nas empresas

### 11.6. Sustentabilidade

- 11.6.1. Sustentabilidade e desenvolvimento sustentável
- 11.6.2. Agenda 2030
- 11.6.3. Empresas Sustentáveis

### 11.7. Responsabilidade Social da Empresa

- 11.7.1. Dimensão Internacional da Responsabilidade Social das Empresas
- 11.7.2. Implementação da Responsabilidade Social da Empresa
- 11.7.3. Impacto e Medição da Responsabilidade Social da Empresa

### 11.8. Sistemas e ferramentas de gerenciamento responsável

- 11.8.1. RSC: Responsabilidade social corporativa
- 11.8.2. Aspectos essenciais para implementar uma estratégia de gestão responsável
- 11.8.3. Passos para a implementação de um sistema de gestão de responsabilidade social corporativa
- 11.8.4. Ferramentas e padrões de Responsabilidade Social Corporativa (RSC)

### 11.9. Multinacionais e direitos humanos

- 11.9.1. Globalização, empresas multinacionais e direitos humanos
- 11.9.2. Empresas multinacionais perante o direito internacional
- 11.9.3. Instrumentos jurídicos para multinacionais em matéria de direitos humanos

### 11.10. Contexto Jurídico e Corporate Governance

- 11.10.1. Regras internacionais de importação e exportação
- 11.10.2. Propriedade intelectual e industrial
- 11.10.3. Direito Internacional do Trabalho

**Módulo 12. Gestão de Pessoas e Gestão de Talentos****12.1. Gestão estratégica de pessoas**

- 12.1.1. Gestão estratégica e recursos humanos
- 12.1.2. Gestão estratégica de pessoas

**12.2. Gestão de recursos humanos por competências**

- 12.2.1. Análise do potencial
- 12.2.2. Política de remuneração
- 12.2.3. Planos de carreira/sucessão

**12.3. Avaliação de performance e gestão de desempenho**

- 12.3.1. Gestão de desempenho
- 12.3.2. Gestão de desempenho: objetivos e processo

**12.4. Inovação na gestão de talentos e as pessoas**

- 12.4.1. Modelos de gestão de talento estratégico
- 12.4.2. Identificação, capacitação e desenvolvimento de talento
- 12.4.3. Lealdade e retenção
- 12.4.4. Proatividade e inovação

**12.5. Motivação**

- 12.5.1. A natureza da motivação
- 12.5.2. Teoria das expectativas
- 12.5.3. Teorias de necessidades
- 12.5.4. Motivação e compensação financeira

**12.6. Desenvolvimento de equipes de alto desempenho**

- 12.6.1. Os times de alto desempenho: os times autogerenciados
- 12.6.2. Metodologias de gestão de times autogerenciados de alto desempenho

**12.7. Gestão de mudanças**

- 12.7.1. Gestão de mudanças
- 12.7.2. Tipo de processos na gestão de mudanças
- 12.7.3. Estágios ou fases na gestão de mudanças

**12.8. Negociação e gestão de conflitos**

- 12.8.1. Negociação
- 12.8.2. Gestão Conflitos
- 12.8.3. Gestão de Crise

**12.9. Comunicação gerencial**

- 12.9.1. Comunicação interna e externa no nível empresarial
- 12.9.2. Departamento de Comunicação
- 12.9.3. O responsável pelas comunicações da empresa. O perfil do Dircom (Diretor de Comunicação)

**12.10. Produtividade, atração, retenção e ativação de talentos**

- 12.10.1. Produtividade
- 12.10.2. Estratégias de atração e retenção de talento

**Módulo 13. Gestão Econômico-Financeira**

**13.1. Ambiente Econômico**

- 13.1.1. Ambiente macroeconômico e sistema financeiro nacional
- 13.1.2. Instituições financeiras
- 13.1.3. Mercados financeiros
- 13.1.4. Ativos financeiros
- 13.1.5. Outras entidades do setor financeiro

**13.2. Contabilidade Gerencial**

- 13.2.1. Conceitos básicos
- 13.2.2. O Ativo da empresa
- 13.2.3. O Passivo da empresa
- 13.2.4. O Patrimônio Líquido da empresa
- 13.2.5. A Demonstração de Resultados

**13.3. Sistemas de informação e Business Intelligence**

- 13.3.1. Fundamentos e classificação
- 13.3.2. Fases e métodos de alocação de custos
- 13.3.3. Escolha do centro de custo e efeito

**13.4. Orçamento e Controle de Gestão**

- 13.4.1. O modelo orçamentário
- 13.4.2. O orçamento de capital
- 13.4.3. O orçamento operacional
- 13.4.5. Orçamento de Tesouraria
- 13.4.6. Controle orçamentário

**13.5. Gestão Financeira**

- 13.5.1. As decisões financeiras da empresa
- 13.5.2. O departamento financeiro
- 13.5.3. Excedentes de tesouraria
- 13.5.4. Riscos associados à gestão financeira
- 13.5.5. Gestão de riscos na direção financeira

**13.6. Planejamento Financeiro**

- 13.6.1. Definição do planejamento financeiro
- 13.6.2. Ações a serem realizadas no planejamento financeiro
- 13.6.3. Criação e estabelecimento da estratégia empresarial
- 13.6.4. Demonstrativo de *Cash Flow*
- 13.6.5. Demonstrativo de Capital Circulante

**13.7. Estratégia Financeira Corporativa**

- 13.7.1. Estratégia corporativa e fontes de financiamento
- 13.7.2. Produtos financeiros para financiamento empresarial

**13.8. Financiamento Estratégico**

- 13.8.1. Autofinanciamento
- 13.8.2. Aumento de fundos próprios
- 13.8.3. Recursos Híbridos
- 13.8.4. Financiamento por meio de intermediários

**13.9. Análise e planejamento financeiro**

- 13.9.1. Análise de Balanço de Situação
- 13.9.2. Análise da Conta de Lucros e Perdas
- 13.9.3. Análise de Rentabilidade

**13.10. Análise e resolução de casos / problemas**

- 13.10.1. Informações financeiras da Indústria de Design e Têxtil, S.A. (INDITEX)

**Módulo 14. Gestão Comercial e Marketing Estratégico****14.1. Gestão Comercial**

- 14.1.1. Estrutura Conceitual para Gestão Comercial
- 14.1.2. Estratégia e Planejamento Comercial
- 14.1.3. O papel dos gerentes comerciais

**14.2. Marketing**

- 14.2.1. Conceito de Marketing
- 14.2.2. Noções básicas de marketing
- 14.2.3. Atividades de marketing da empresa

**14.3. Gestão estratégica de Marketing**

- 14.3.1. Conceito de marketing estratégico
- 14.3.2. Conceito de planejamento estratégico de marketing
- 14.3.3. Etapas do processo de planejamento estratégico de marketing

**14.4. Marketing digital e e-commerce**

- 14.4.1. Objetivos do Marketing digital e e-Commerce
- 14.4.2. Marketing Digital e os meios que utiliza
- 14.4.3. Comércio eletrônico: contexto geral
- 14.4.4. Categorias do comércio eletrônico
- 14.4.5. Vantagens e desvantagens do *E-commerce* em relação ao comércio tradicional

**14.5. Marketing digital para fortalecer a marca**

- 14.5.1. Estratégias online para melhorar a reputação da sua marca
- 14.5.2. *Branded Content & Storytelling*

**14.6. Marketing Digital para atrair e fidelizar clientes**

- 14.6.1. Estratégias de fidelização e engajamento via internet
- 14.6.2. *Visitor Relationship Management*
- 14.6.3. *Hipersegmentação*

**14.7. Gerenciamento de campanhas digitais**

- 14.7.1. O que é uma campanha de publicidade digital?
- 14.7.2. Passos para lançar uma campanha de marketing online
- 14.7.3. Erros comuns em campanhas de publicidade digital

**14.8. Estratégia de Vendas**

- 14.8.1. Estratégia de Vendas
- 14.8.2. Métodos de Vendas

**14.9. Comunicação Corporativa**

- 14.9.1. Conceito
- 14.9.2. Importância da comunicação na organização
- 14.9.3. Tipo de comunicação na organização
- 14.9.4. Função da comunicação na organização
- 14.9.5. Elementos da Comunicação
- 14.9.6. Problemas de comunicação
- 14.9.7. Cenários da comunicação

**14.10. Comunicação e reputação digital**

- 14.10.1. Reputação online
- 14.10.2. Como medir a reputação digital?
- 14.10.3. Ferramentas de reputação online
- 14.10.4. Relatório de reputação online
- 14.10.5. *Branding online*

## Módulo 15. Gestão Executiva

### 15.1. Management

- 15.1.1. Conceito de Geral Management
- 15.1.2. A ação do gerente geral
- 15.1.3. O Gerente Geral e suas funções
- 15.1.4. Transformação do trabalho de gestão

### 15.2. Gestores e suas funções A cultura organizacional e suas abordagens

- 15.2.1. Gestores e suas funções A cultura organizacional e suas abordagens

### 15.3. Gestão operacional

- 15.3.1. Importância da gestão
- 15.3.2. A cadeia de valor
- 15.3.3. Gestão de Qualidade

### 15.4. Oratória e capacitação do porta-voz

- 15.4.1. Comunicação interpessoal
- 15.4.2. Habilidades de comunicação e influência
- 15.4.3. Obstáculos à comunicação

### 15.5. Ferramentas de comunicações pessoais e organizacionais

- 15.5.1. A comunicação interpessoal
- 15.5.2. Ferramentas da comunicação interpessoal
- 15.5.3. A comunicação na organização
- 15.5.4. Ferramentas na organização

### 15.6. Comunicação em situações de crise

- 15.6.1. Crise
- 15.6.2. Fases da crise
- 15.6.3. Mensagens: conteúdo e momentos

### 15.7. Preparando um plano de crise

- 15.7.1. Análise de problemas potenciais
- 15.7.2. Planejamento
- 15.7.3. Adequação de pessoal

### 15.8. Inteligência emocional

- 15.8.1. Inteligência emocional e comunicação
- 15.8.2. Assertividade, Empatia e Escuta Ativa
- 15.8.3. Autoestima e Comunicação Emocional

### 15.9. Branding pessoal

- 15.9.1. Estratégias para o branding pessoal
- 15.9.2. Leis de branding pessoal
- 15.9.3. Ferramentas pessoais de construção de marca

### 15.10. Liderança e gestão de equipes

- 15.10.1. Liderança e estilos de liderança
- 15.10.2. Competências e desafios do líder
- 15.10.3. Gestão de processos de Mudança
- 15.10.4. Gestão de Equipes Multiculturais





“

*Realize um programa que irá ajudá-lo a gerenciar um departamento audiovisual em qualquer lugar do mundo"*

07

# Metodologia

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





“

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

## A Escola de Negócios da TECH utiliza o Estudo de Caso para contextualizar todo o conteúdo

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

“

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



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



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

## Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este curso da TECH é um programa de ensino intensivo, criado do zero, que propõe ao gerente os desafios e as decisões mais exigentes nesta área, em âmbito nacional ou internacional. Através desta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado, sendo este um passo decisivo para alcançar o sucesso. O método do caso, técnica que forma a base deste conteúdo, garante que a realidade econômica, social e empresarial mais atual seja seguida.

**“** *Você aprenderá, através de atividades de colaboração e casos reais, a resolver situações complexas em ambientes reais de negócios”*

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

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

## Metodologia Relearning

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

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

*Nosso sistema online lhe permitirá organizar seu tempo e ritmo de aprendizagem, adaptando-os ao seu horário. Você poderá acessar o conteúdo a partir de qualquer dispositivo, fixo ou móvel, com conexão à Internet.*

Na TECH você aprenderá através de uma metodologia de vanguarda, desenvolvida para capacitar os profissionais do futuro. Este método, na vanguarda da pedagogia mundial, se chama Relearning.

Nossa escola de negócios é uma das únicas que possui a licença para usar este método de sucesso. Em 2019 conseguimos melhorar os níveis de satisfação geral de nossos alunos (qualidade de ensino, qualidade dos materiais, estrutura dos cursos, objetivos, entre outros) com relação aos indicadores da melhor universidade online.



No nosso programa, a aprendizagem não é um processo linear, ela acontece em espiral (aprender, desaprender, esquecer e reaprender). Portanto, combinamos cada um desses elementos de forma concêntrica. Esta metodologia já capacitou mais de 650 mil graduados universitários com um sucesso sem precedentes em áreas tão diversas como bioquímica, genética, cirurgia, direito internacional, habilidades gerenciais, ciências do esporte, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história ou mercados e instrumentos financeiros. Tudo isso em um ambiente altamente exigente, com um corpo discente com um perfil socioeconômico médio-alto e uma média de idade de 43,5 anos.

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

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

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



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



#### Material de estudo

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

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



#### Masterclasses

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

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



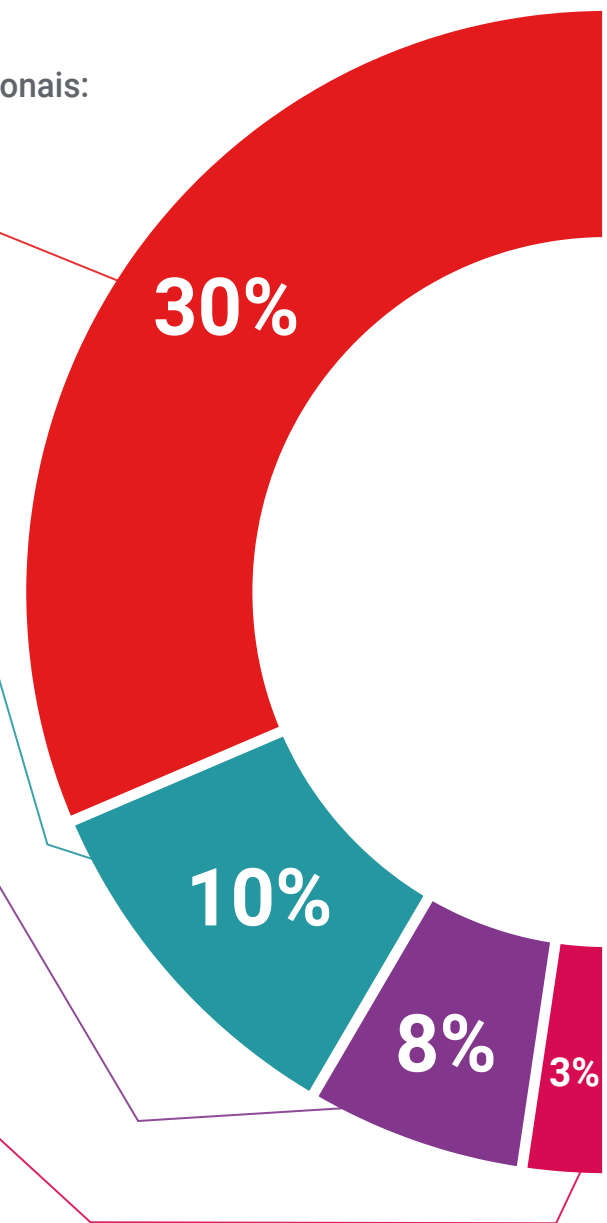
#### Práticas de habilidades gerenciais

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



#### Leituras complementares

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







#### Estudos de caso

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



#### Resumos interativos

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

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



#### Testing & Retesting

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



08

# Perfil dos nossos alunos

O MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais é destinado aos graduados universitários que tenham concluído anteriormente qualquer um dos seguintes cursos superiores: design, publicidade, negócios digitais, comunicação audiovisual ou qualquer outro ramo relacionado a esta área de trabalho

A diversidade de participantes com diferentes perfis académicos e de múltiplas nacionalidades compõe a abordagem multidisciplinar deste programa.

O MBA em Gestão de Negócios Audiovisuais também poderá ser realizado por profissionais graduados universitários em qualquer área com dois anos de experiência de trabalho em uma área relacionada ao programa de estudos.





“

*Conhecer os conceitos fundamentais que regem a distribuição, a comercialização e a difusão de um produto audiovisual na sociedade contemporânea*

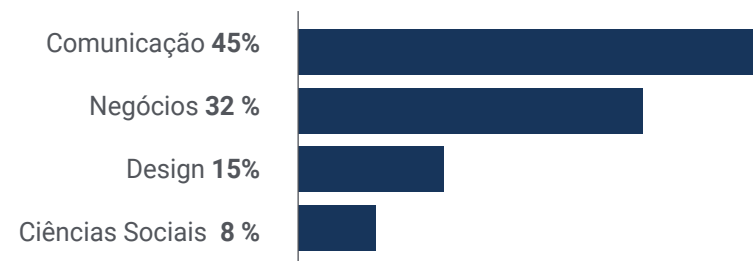
### Média de idade

Entre **35** y **45** anos

### Anos de experiência



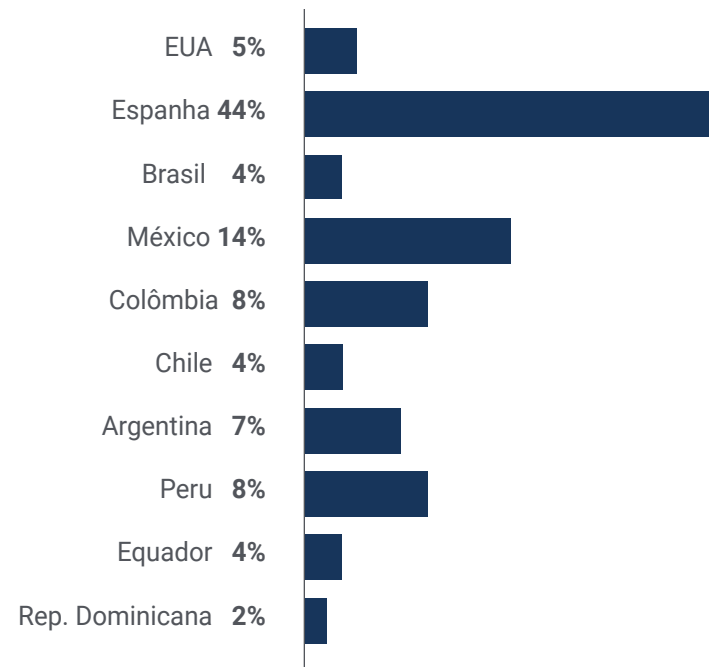
### Formação



### Perfil acadêmico



## Distribuição geográfica



## Alejandra Ramón

Chefe de produção e gerente de projeto

*"Depois de vários anos de gestão, consegui iniciar um novo projeto após estudar este MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais, era a mudança que eu precisava para alavancar minha carreira. Uma excelente opção se você quiser continuar trabalhando, pois o programa está completamente online".*

09

# Direção do curso

O equipe de professores deste programa conta com especialistas destacados em alta gestão contábil, cuja experiência adquirida durante vários anos de trabalho é somada a este programa. Além disso, outros especialistas de reconhecido prestígio em áreas relacionadas participam da sua concepção e preparação, completando o MBA de forma interdisciplinar, tornando-se uma experiência acadêmica exclusiva e altamente enriquecedora para o aluno. Esta equipe de professores proporcionará ao aluno o conteúdo mais inovador e eficaz, contribuindo para o sucesso na área contábil.



“

*Nossa experiente equipe docente lhe mostrará as últimas informações contábeis”*

## Diretora Internacional Convidada

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

Nesse sentido, suas competências estratégicas e a capacidade de integrar tecnologias emergentes nas narrativas dos conteúdos multimídia de forma vanguardista permitiram que ela fizesse parte de instituições de renome global, como Google, NBCUniversal e Frederator Networks em Nova York. Assim, seu trabalho se concentrou na criação de campanhas de comunicação para diversas empresas, gerando conteúdos audiovisuais altamente criativos que se conectam emocionalmente com as audiências. Graças a isso, várias empresas conseguiram fidelizar consumidores por um longo período de tempo, enquanto as companhias também fortaleceram sua presença no mercado e garantiram sua sustentabilidade a longo prazo.

Vale destacar que sua vasta experiência profissional abrange desde a produção de programas de TV e a criação de técnicas de marketing sofisticadas até a gestão de conteúdos visuais nas principais redes sociais. Ao mesmo tempo, é considerada uma verdadeira estrategista, identificando oportunidades culturalmente relevantes para os clientes. Dessa forma, ela desenvolveu táticas alinhadas tanto com as expectativas quanto com as necessidades do público, o que possibilitou às entidades implementarem soluções rentáveis.

Firmemente comprometida com o avanço da indústria Audiovisual e com a excelência em sua prática diária, ela conciliou essas funções com seu papel como Pesquisadora. Assim, elaborou vários artigos científicos especializados em áreas emergentes, entre elas, as dinâmicas comportamentais dos usuários na internet, o impacto dos eSports no campo do entretenimento e até as últimas tendências para potencializar a criatividade.





## Sra. Cissé Amirah

---

- Diretora de Estratégia Global de Clientes da NBCUniversal em Nova York, Estados Unidos
- Especialista em Estratégia da Horizon Media, Nova York
- Gerente de Engajamento no Google, Califórnia
- Estrategista Cultural da Spaks & Honey, Nova York
- Gerente de Contas na Reelio, Nova York
- Coordenadora de Contas no Jun Group em Nova York
- Especialista em Estratégia de Conteúdos na Frederator Networks, Nova York
- Pesquisadora na Sociedade Genealógica e Biográfica de Nova York
- Estágio acadêmico em Sociologia e Antropologia na Universidade Kanda Gaigo
- Graduação em Belas Artes com especialização em Sociologia pelo Williams College
- Certificação em: Formação de Liderança e Coaching Executivo, Pesquisa de Marketing

“

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

## Diretora Internacional Convidada

Com mais de 20 anos de experiência no design e na direção de equipes globais de **aquisição de talentos**, Jennifer Dove é especialista em **recrutamento** e **estratégia tecnológica**. Ao longo de sua carreira profissional, ocupou cargos de liderança em várias organizações tecnológicas dentro de empresas da lista *Fortune 50*, como **NBC Universal** e **Comcast**. Sua trajetória lhe permitiu se destacar em ambientes competitivos e de alto crescimento.

Como **Vice-presidente de Aquisição de Talentos na Mastercard**, ela é responsável por supervisionar a estratégia e a execução da incorporação de talentos, colaborando com líderes empresariais e responsáveis de **Recursos Humanos** para cumprir os objetivos operacionais e estratégicos de contratação. Em especial, seu objetivo é **criar equipes diversas, inclusivas** e de **alto desempenho** que impulsionem a inovação e o crescimento dos produtos e serviços da empresa. Além disso, é especialista no uso de ferramentas para atrair e reter os melhores profissionais de todo o mundo. Ela também se encarrega de **amplificar a marca empregadora** e a proposta de valor da **Mastercard** através de publicações, eventos e redes sociais.

Jennifer Dove demonstrou seu compromisso com o desenvolvimento profissional contínuo, participando ativamente de redes de profissionais de **Recursos Humanos** e contribuindo para a incorporação de inúmeros trabalhadores em diferentes empresas. Após obter sua graduação em **Comunicação Organizacional** pela Universidade de **Miami**, ocupou cargos de liderança em recrutamento em empresas de diversas áreas.

Por outro lado, foi reconhecida por sua habilidade em liderar transformações organizacionais, **integrar tecnologias** nos **processos de recrutamento** e desenvolver programas de liderança que preparam as instituições para os desafios futuros. Ela também implementou com sucesso programas de **bem-estar laboral** que aumentaram significativamente a satisfação e a retenção de funcionários.



## Sra. Jennifer Dove

---

- ♦ Vice-presidente de Aquisição de Talentos na Mastercard, Nova York, Estados Unidos
- ♦ Diretora de Aquisição de Talentos na NBC Universal, Nova York, Estados Unidos
- ♦ Responsável pela Seleção de Pessoal na Comcast
- ♦ Diretora de Seleção de Pessoal na Rite Hire Advisory
- ♦ Vice-presidente Executiva da Divisão de Vendas na Ardor NY Real Estate
- ♦ Diretora de Seleção de Pessoal na Valerie August & Associates
- ♦ Executiva de Contas na BNC
- ♦ Executiva de Contas na Vault
- ♦ Graduada em Comunicação Organizacional pela Universidade de Miami

“

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

## Diretor Internacional Convidado

Líder tecnológico com décadas de experiência em **grandes multinacionais de tecnologia**, Rick Gauthier se destacou no campo dos **serviços em nuvem** e na melhoria de processos de ponta a ponta. Ele foi reconhecido como um líder e gestor de equipes altamente eficiente, mostrando um talento natural para garantir um alto nível de compromisso entre seus colaboradores.

Rick possui habilidades inatas em estratégia e inovação executiva, desenvolvendo novas ideias e apoiando seu sucesso com dados de qualidade. Sua trajetória na **Amazon** lhe permitiu administrar e integrar os serviços de TI da empresa nos Estados Unidos. Na **Microsoft** liderou uma equipe de 104 pessoas responsáveis por fornecer infraestrutura de TI corporativa e apoiar departamentos de engenharia de produtos em toda a companhia.

Essa experiência permitiu que Rick se destacasse como um executivo de alto impacto, com habilidades notáveis para aumentar a eficiência, a produtividade e a satisfação geral dos clientes.



## Sr. Rick Gauthier

---

- Diretor Regional de TI na Amazon, Seattle, Estados Unidos
- Chefe de Programas Sênior na Amazon
- Vice-Presidente da Wimmer Solutions
- Diretor Sênior de Serviços de Engenharia Produtiva na Microsoft
- Graduado em Cibersegurança pela Western Governors University
- Certificado Técnico em *Mergulho Comercial* pelo Divers Institute of Technology
- Graduado em Estudos Ambientais pelo The Evergreen State College

“

*Aproveite a oportunidade para conhecer os últimos avanços nesta área e aplicá-los em sua prática diária”*

## Diretor Internacional Convidado

Romi Arman é um renomado especialista internacional com mais de duas décadas de experiência em **Transformação Digital, Marketing, Estratégia e Consultoria**. Ao longo dessa trajetória extensa, assumiu diferentes riscos e é um **defensor permanente da inovação e mudança** no cenário empresarial. Com essa expertise, colaborou com diretores gerais e organizações corporativas de todo o mundo, incentivando-os a abandonar os modelos tradicionais de negócios. Assim, contribuiu para que empresas como a energética Shell se tornassem **verdadeiros líderes de mercado**, focadas em seus **clientes e no mundo digital**.

As estratégias desenvolvidas por Arman têm um impacto duradouro, pois permitiram a várias corporações **melhorar as experiências dos consumidores, funcionários e acionistas**. O sucesso desse especialista é quantificável por meio de métricas tangíveis como o **CSAT**, o **engajamento dos funcionários** nas instituições onde atuou e o crescimento do **indicador financeiro EBITDA** em cada uma delas.

Além disso, em sua trajetória profissional, nutriu e **liderou equipes de alto desempenho** que, inclusive, receberam prêmios por seu **potencial transformador**. Com a Shell, especificamente, o executivo sempre se propôs a superar três desafios: satisfazer as complexas **demandas de descarbonização** dos clientes, **apoiar uma “descarbonização rentável”** e **revisar um panorama fragmentado de dados, digital y tecnológico**. Assim, seus esforços evidenciaram que, para alcançar um sucesso sustentável, é fundamental partir das necessidades dos consumidores e estabelecer as bases para a transformação dos processos, dados, tecnologia e cultura.

Por outro lado, o diretor se destaca por seu domínio das **aplicações empresariais da Inteligência Artificial**, tema em que possui um pós-graduação da London Business School. Ao mesmo tempo, acumulou experiências em **IoT** e o **Salesforce**.



## Sr. Romi Arman

---

- Diretor de Transformação Digital (CDO) na Shell, Londres, Reino Unido
- Diretor Global de Comércio Eletrônico e Atendimento ao Cliente na Shell
- Gerente Nacional de Contas Chave (fabricantes de equipamentos originais e varejistas de automóveis) para Shell em Kuala Lumpur, Malásia
- Consultor Sênior de Gestão (Setor de Serviços Financeiros) para Accenture em Singapura
- Graduado pela Universidade de Leeds
- Pós-graduação em Aplicações Empresariais de IA para Executivos Seniores pela London Business School
- Certificação Profissional em Experiência do Cliente CCXP
- Curso de Transformação Digital Executiva pelo IMD



*Você deseja atualizar seus conhecimentos com a mais alta qualidade educacional? A TECH disponibiliza os conteúdos mais atualizados do mercado acadêmico, elaborados por especialistas de prestígio internacional"*

## Diretor Internacional Convidado

Manuel Arens é um **profissional experiente** em gerenciamento de dados e líder de uma equipe altamente qualificada. Atualmente, ele ocupa o cargo de **Gerente Global de Compras** na divisão de Infraestrutura Técnica e Centros de Dados da Google, onde construiu a maior parte de sua carreira profissional. Sediada em Mountain View, Califórnia, a empresa forneceu soluções para os desafios operacionais da gigante da tecnologia, como a **integridade de dados mestres**, as **atualizações de dados de fornecedores** e **priorização** desses dados. Ele liderou o planejamento da cadeia de suprimentos do data center e a **avaliação de risco** do fornecedor, gerando melhorias no processo e no gerenciamento do fluxo de trabalho que resultaram em economias de custo significativas.

Com mais de uma década de experiência fornecendo soluções digitais e liderança para empresas em diversas indústrias, ele possui uma ampla expertise em todos os aspectos da entrega de soluções estratégicas, abrangendo **marketing**, **análise de mídia**, **mensuração** e **atribuição**. De fato, ele recebeu vários reconhecimentos por seu trabalho, incluindo o **Prêmio de Liderança BIM**, o **Prêmio de Liderança em Pesquisa**, o **Prêmio de Programa de Geração de Leads de Exportação** e o **Prêmio de Melhor Modelo de Vendas da EMEA** (Europa, Oriente Médio e África).

Além disso, Arens atuou como **Gerente de Vendas** em Dublin, Irlanda. Nesse cargo, ele liderou a formação de uma equipe que cresceu de 4 para 14 membros em três anos, alcançando resultados significativos e promovendo uma colaboração eficaz tanto dentro da equipe de vendas quanto com equipes interfuncionais. Ele também atuou como **Analista Sênior** da Indústria, em Hamburgo, Alemanha, criando histórias para mais de 150 clientes usando ferramentas internas e de terceiros para apoiar a análise. Desenvolveu e escreveu relatórios detalhados para demonstrar domínio do assunto, incluindo uma compreensão dos **fatores macroeconômicos e políticos/regulatórios** que afetam a adoção e a difusão da tecnologia.

Também liderou equipes em empresas como **Eaton**, **Airbus** e **Siemens**, onde adquiriu valiosa experiência em gestão de contas e cadeia de suprimentos. Destaca-se especialmente seu trabalho para superar continuamente as expectativas através da **construção de relações valiosas com os clientes** e **trabalhando de forma fluida com pessoas em todos os níveis de uma organização**, incluindo stakeholders, gestão, membros da equipe e clientes. Seu enfoque orientado por dados e sua capacidade de desenvolver soluções inovadoras e escaláveis para os desafios da indústria o tornaram um líder proeminente em seu campo.





## Sr. Manuel Arens

---

- Gerente Global de Compras no Google, Mountain View, Estados Unidos
- Responsável Principal de Análise e Tecnologia B2B no Google, Estados Unidos
- Diretor de Vendas no Google, Irlanda
- Analista Industrial Sênior no Google, Alemanha
- Gestor de Contas no Google, Irlanda
- Accounts Payable na Eaton, Reino Unido
- Gestor de Cadeia de Suprimentos na Airbus, Alemanha



*Escolha a TECH! Você poderá acessar os melhores materiais didáticos, na vanguarda da tecnologia e da educação, implementados por especialistas de prestígio internacional na área"*

## Diretor Internacional Convidado

Andrea La Sala é um experiente executivo de **Marketing** cujos projetos tiveram um **impacto significativo** no **setor da Moda**. Ao longo de sua bem-sucedida carreira, desenvolveu diversas tarefas relacionadas a **Produtos, Merchandising e Comunicação**, sempre associado a marcas de prestígio como **Giorgio Armani, Dolce&Gabbana, Calvin Klein**, entre outras.

Os resultados desse executivo de **alto perfil internacional** estão ligados à sua comprovada capacidade de **sintetizar informações** em estruturas claras e executar **ações concretas** alinhadas com objetivos **empresariais específicos**. Além disso, é reconhecido por sua **proatividade** e **adaptação a ritmos acelerados** de trabalho. Este especialista também possui uma **forte consciência comercial**, **visão de mercado** e uma **verdadeira paixão pelos produtos**.

Como **Diretor Global de Marca e Merchandising** na **Giorgio Armani**, supervisionou diversas **estratégias de Marketing** para roupas e acessórios. Suas táticas foram centradas no **varejo** e nas **necessidades e comportamentos dos consumidores**. Neste cargo, La Sala também foi responsável pela comercialização de produtos em diferentes mercados, atuando como **chefe de equipe** nos departamentos de **Design, Comunicação e Vendas**.

Por outro lado, em empresas como **Calvin Klein** e **Gruppo Coin**, empreendeu projetos para impulsionar a **estrutura**, o **desenvolvimento** e a **comercialização de diferentes coleções**. Também criou **calendários eficazes** para **campanhas** de compra e venda, para campanhas gerenciando **termos, custos, processos e prazos de entrega** de diferentes operações.

Essas experiências tornaram Andrea La Sala um dos principais e mais qualificados **líderes corporativos** no setor da **Moda e Luxo**, com uma alta capacidade de implementação eficaz do **posicionamento positivo** de **diferentes marcas** e redefinição de indicadores-chave de desempenho (KPI).



## Sr. Andrea La Sala

---

- Diretor Global de Marca e Merchandising Armani Exchange na Giorgio Armani, Milão, Itália
- Diretor de Merchandising na Calvin Klein
- Responsável de Marca no Gruppo Coin
- Brand Manager na Dolce&Gabbana
- Brand Manager na Sergio Tacchini S.p.A.
- Analista de Mercado na Fastweb
- Graduado em Business and Economics na Università degli Studi del Piemonte Orientale

“

*Os profissionais internacionais mais qualificados e experientes estão esperando por você na TECH para proporcionar um ensino de alto nível, atualizado e baseado nas mais recentes evidências científicas. O que você está esperando para se matricular?"*

## Diretor Internacional Convidado

Mick Gram é sinônimo de inovação e excelência no campo da **Inteligência Empresarial** em âmbito internacional. Sua carreira de sucesso está associada a cargos de liderança em multinacionais como **Walmart** e **Red Bull**. Além disso, esse especialista se destaca por sua visão para **identificar tecnologias emergentes** que, a longo prazo, têm um impacto duradouro no ambiente corporativo.

O executivo é considerado um **pioneiro no uso de técnicas de visualização de dados** que simplificaram conjuntos complexos, tornando-os acessíveis e facilitadores da tomada de decisões. Essa habilidade se tornou o pilar de seu perfil profissional, transformando-o em um ativo desejado por muitas organizações que buscavam **reunir informações e gerar ações concretas** a partir delas.

Um de seus projetos mais destacados nos últimos anos foi a **plataforma Walmart Data Cafe**, a maior do tipo no mundo, ancorada na nuvem e destinada à **análise de Big Data**. Além disso, ele atuou como **Diretor de Business Intelligence na Red Bull**, abrangendo áreas como **Vendas, Distribuição, Marketing e Operações de Cadeia de Suprimento**. Sua equipe foi recentemente reconhecida por sua inovação constante no uso da nova API do Walmart Luminata para insights de Compradores e Canais.

Quanto à sua formação, o executivo possui vários Mestrados e estudos de pós-graduação em instituições renomadas como a **Universidade de Berkeley**, nos Estados Unidos, e a **Universidade de Copenhague**, na Dinamarca. Através dessa capacitação contínua, o especialista alcançou competências de vanguarda. Assim, ele se tornou considerado um **Líder nato da nova economia mundial**, focada no impulso dos dados e suas possibilidades infinitas.



## Sr. Mick Gram

---

- Diretor de *Business Intelligence* e Análise na Red Bull, Los Angeles, Estados Unidos
- Arquiteto de soluções de *Business Intelligence* para Walmart Data Cafe
- Consultor independente de *Business Intelligence* e *Data Science*
- Diretor de *Business Intelligence* na Capgemini
- Analista Chefe na Nordea
- Consultor Chefe de *Business Intelligence* para a SAS
- Educação Executiva em IA e Machine Learning na UC Berkeley College of Engineering
- MBA Executivo em e-commerce na Universidade de Copenhague
- Graduação e Mestrado em Matemática e Estatística na Universidade de Copenhague

“

*Estude na melhor universidade online do mundo de acordo com a Forbes! Neste MBA, você terá acesso a uma extensa biblioteca de recursos multimídia, desenvolvida por professores de prestígio internacional”*

## Diretor Internacional Convidado

Scott Stevenson é um distinto especialista no setor de **Marketing Digital** que, por mais de 19 anos, esteve ligado a uma das empresas mais poderosas da indústria do entretenimento, a **Warner Bros. Discovery**. Neste papel, teve uma função fundamental na **supervisão da logística** e dos **fluxos de trabalho criativos** em diversas plataformas digitais, incluindo redes sociais, busca, display e meios lineares.

A liderança deste executivo foi crucial para impulsionar **estratégias de produção em meios pagos**, o que resultou em uma notável **melhoria nas taxas de conversão** da sua empresa. Ao mesmo tempo, assumiu outros cargos, como Diretor de Serviços de Marketing e Gerente de Tráfego na mesma multinacional durante sua antiga gestão.

Além disso, Stevenson esteve envolvido na distribuição global de videogames e **campanhas de propriedade digital**. Também foi responsável por introduzir estratégias operacionais relacionadas com a formação, finalização e entrega de conteúdo de som e imagem para **comerciais de televisão e trailers**.

Por outro lado, o especialista possui uma Graduação em Telecomunicações pela Universidade da Flórida e um Mestrado em Escrita Criativa pela Universidade da Califórnia, o que demonstra sua habilidade em **comunicação e narrativa**. Além disso, participou da Escola de Desenvolvimento Profissional da Universidade de Harvard em programas de vanguarda sobre o uso da **Inteligência Artificial** nos negócios. Assim, seu perfil profissional se destaca como um dos mais relevantes no campo atual do **Marketing** e dos **Meios Digitais**.



## Sr. Scott Stevenson

---

- Diretor de Marketing Digital na Warner Bros. Discovery, Burbank, Estados Unidos
- Gerente de Tráfego na Warner Bros. Entertainment
- Mestrado em Escrita Criativa pela Universidade da Califórnia
- Graduação em Telecomunicações pela Universidade da Flórida

“

*Alcance seus objetivos acadêmicos e profissionais com os especialistas mais qualificados do mundo! Os professores deste MBA irão orientá-lo ao longo de todo o processo de aprendizagem”*

## Diretor Internacional Convidado

O Dr. Eric Nyquist é um destacado profissional no âmbito esportivo internacional, que construiu uma carreira impressionante, destacando-se por sua liderança estratégica e habilidade para impulsionar mudanças e inovação em organizações esportivas de alto nível.

De fato, ele ocupou cargos de alto escalão, como Diretor de Comunicações e Impacto na NASCAR, sediada na Florida, Estados Unidos. Com muitos anos de experiência nesta organização, o Dr. Nyquist também ocupou várias posições de liderança, incluindo Vice-Presidente Sênior de Desenvolvimento Estratégico e Diretor Geral de Assuntos Comerciais, gerenciando mais de uma dúzia de disciplinas que vão desde o desenvolvimento estratégico até o Marketing de entretenimento.

Além disso, Nyquist deixou uma marca significativa nas principais franquias esportivas de Chicago. Como Vice-Presidente Executivo das franquias dos Chicago Bulls e dos Chicago White Sox ele demonstrou sua capacidade de impulsionar o sucesso empresarial e estratégico no mundo do esporte profissional.

Por último, é importante destacar que ele iniciou sua carreira no campo esportivo enquanto trabalhava em Nova York como principal analista estratégico para Roger Goodell na National Football League (NFL) e, anteriormente, como estagiário jurídico na Federação de Futebol dos Estados Unidos.





## Sr. Eric Nyquist

---

- Diretor de Comunicações e Impacto na NASCAR, Flórida, Estados Unidos
- Vice-Presidente Sênior de Desenvolvimento Estratégico na NASCAR
- Vice-Presidente de Planejamento Estratégico na NASCAR
- Diretor Geral de Assuntos Comerciais na NASCAR
- Vice-Presidente Executivo nas Franquias Chicago White Sox
- Vice-Presidente Executivo nas Franquias Chicago Bulls
- Gerente de Planejamento Empresarial na National Football League (NFL)
- Assuntos Comerciais / Estagiário Jurídico na Federação de Futebol dos Estados Unidos
- Doutor em Direito pela Universidade de Chicago
- Mestrado em Administração de Empresas (MBA) pela Booth School of Business da Universidade de Chicago
- Formado em Economia Internacional pelo Carleton College

“

*Com este curso universitário 100% online, você poderá conciliar seus estudos com suas atividades diárias, contando com o apoio dos principais especialistas internacionais na área do seu interesse. Faça sua matrícula hoje mesmo!”*

09

# Impacto para a sua carreira

Temos consciência de que realizar um programa com estas características representa um grande investimento financeiro, profissional e, é claro, pessoal. Por esta razão, o objetivo final será sempre fornecer todas as ferramentas necessárias e uma metodologia inovadora para motivar os alunos em cada aula. Isto garantirá uma inserção profissional satisfatória em um setor que exige qualidade e excelência.



“

*Você será capaz de gerar uma mudança positiva em sua carreira profissional e Identificar e classificar a equipe e os meios técnicos apropriados e necessários para cada fase do projeto"*

### Você está preparado para crescer profissionalmente? Uma excelente melhoria profissional espera por você

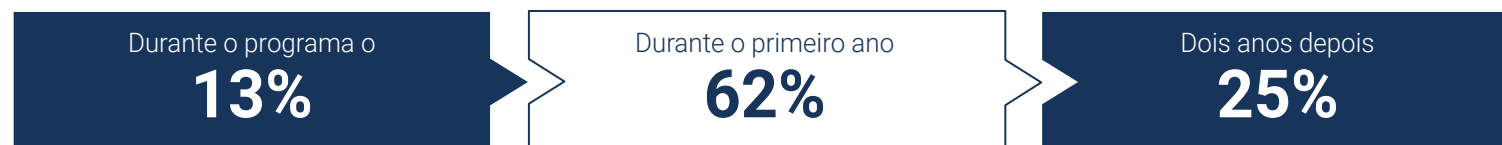
O MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais da TECH é um programa intensivo que prepara os futuros graduados para enfrentar desafios e decisões comerciais na área de gestão de empresas audiovisuais. Seu principal objetivo é impulsionar o crescimento pessoal e profissional. Ajudando o profissional a obter sucesso.

Se você quer se superar, realizar uma mudança profissional positiva e se relacionar com os melhores, este é o lugar certo para você.

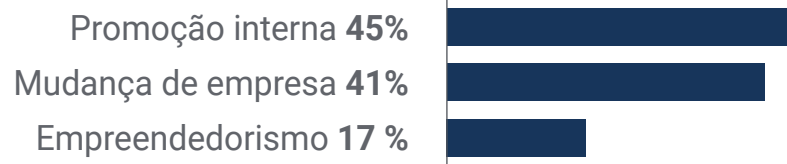
*Uma forma de educação e desenvolvimento profissional que impulsionará seu crescimento em direção a uma maior competitividade no mercado de trabalho.*

*Atinja a mudança positiva necessária para impulsionar sua carreira e profissão com o MBA de Gestão de Empresa Audiovisual.*

#### Momento da mudança



#### Tipo de mudança



## Melhoria salarial

---

A conclusão deste programa pode significar um aumento salarial anual de mais de 25,22% para nossos alunos.



# 10

## Benefícios para a sua empresa

O MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais contribui para elevar o talento da organização a seu potencial máximo, através da capacitação de líderes de alto nível

Participar deste programa é uma oportunidade única de acessar uma poderosa rede de contatos, onde poderá encontrar futuros parceiros profissionais, clientes ou fornecedores.



“

*Estude as transformações ocorridas nas indústrias culturais, no fornecimento e consumo nas redes digitais, em seus aspectos econômicos, políticos e socioculturais”*

Desenvolver e reter o talento nas empresas é o melhor investimento a longo prazo.

01

### **Crescimento do talento e do capital intelectual**

O profissional irá proporcionar à empresa novos conceitos, estratégias e perspectivas que poderão gerar mudanças relevantes na organização.

---

02

### **Retenção de gestores de alto potencial para evitar a evasão de talentos**

Esse programa fortalece o vínculo entre empresa e profissional e abre novos caminhos para o crescimento profissional dentro da companhia.

03

### **Construindo agentes de mudança**

Ser capaz de tomar decisões em tempos de incerteza e crise, ajudando a organização a superar obstáculos.

---

04

### **Maiores possibilidades de expansão internacional**

Graças a este programa, a empresa entrará em contato com os principais mercados da economia mundial.



05

### **Desenvolvimento de projetos próprios**

O profissional poderá trabalhar em um projeto real ou desenvolver novos projetos na área de P&D ou desenvolvimento de negócio da sua empresa.

---

06

### **Aumento da competitividade**

Este programa proporcionará aos profissionais as habilidades necessárias para assumir novos desafios e impulsionar a empresa.



11

# Certificado

O MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais garante, além da capacitação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um título de Executive Master emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

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

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

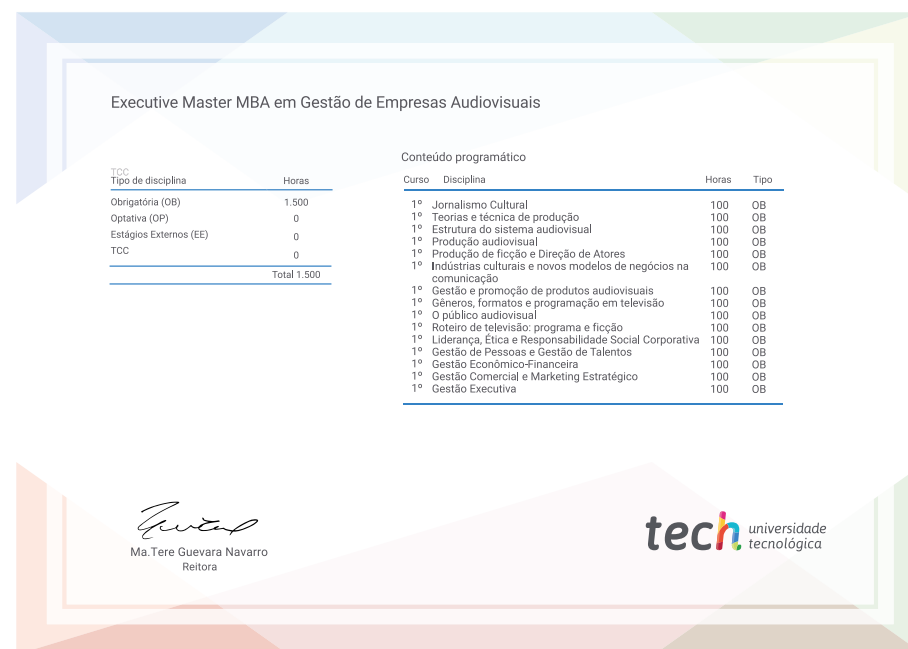
Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado\* do **Executive Master** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

O certificado emitido pela **TECH Universidade Tecnológica** expressará a qualificação obtida no Executive Master, atendendo aos requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de empregos, concursos públicos e avaliação de carreira profissional.

Título: **Executive Master MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais**

Modalidade: **online**

Duração: **12 meses**



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



## Executive Master MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais

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

# Executive Master

## MBA em Gestão de Empresas Audiovisuais

