

Mastère Avancé

Encadrement Supérieur de l'Industrie Audiovisuelle



Mastère Avancé Encadrement Supérieur de l'Industrie Audiovisuelle

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 2 ans
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Accès au site web: www.techtute.com/fr/jeux-video/mastere-avance/mastere-avance-encadrement-superieur-industrie-audiovisuelle

Sommaire

01

Présentation

page 4

02

Objectifs

page 8

03

Compétences

page 16

04

Direction de la formation

page 20

05

Structure et contenu

page 26

06

Méthodologie

page 42

07

Diplôme

page 50

01

Présentation

Les sociétés audiovisuelles axées sur la création de jeux vidéo ont connu une forte croissance ces dernières années. En effet, de plus en plus de monde profite de ce divertissement chez eux. Les progrès sont tels que chaque nouvelle sortie est considérée comme un événement par les fans. C'est pourquoi les entreprises doivent savoir comment gérer leur croissance, tout en s'appuyant sur les meilleures équipes de gestion. En ce sens, TECH offre aux étudiants la possibilité de se spécialiser dans la gestion supérieure de l'industrie audiovisuelle, ce qui constituera sans aucun doute un avantage compétitif dans leur cursus qui les aidera à créer leurs propres entreprises ou à accéder à des postes pertinents dans les principales entreprises du secteur.



“

Les entreprises de jeux vidéo les plus prospères sur le marché disposent non seulement d'excellentes équipes créatives, mais aussi de managers et de cadres de haut niveau. Cette qualification vous aidera à devenir l'un d'entre eux"

L'industrie Audiovisuelle se développe selon différents secteurs: cinéma, télévision, séries, etc. Mais il en est un qui connaît son âge d'or depuis quelques années: les jeux vidéo. Chaque année, des milliers de fans attendent avec impatience d'être les premiers à tester les derniers jeux à la mode. Ses premières ont fini par susciter autant d'attentes que celles d'un film hollywoodien et, de fait, cette industrie déplace des millions d'euros.

Par conséquent, de plus en plus de personnes veulent faire de leur *hobby* leur profession et choisissent de se spécialiser dans tout ce qui concerne la création de jeux vidéo. En effet, face à cette grande opportunité, TECH a décidé de créer sa propre faculté de jeux vidéo, en réunissant, en une seule entité, tous les programmes académiques indispensables aux professionnels du secteur. Dans ce cas, l'institution est allée un peu plus loin, et n'a pas seulement pensé à l'importance de concevoir et de créer ce type de divertissement, mais veut également proposer un programme spécifique sur l'encadrement supérieur. Ainsi, les étudiants acquerront non seulement une large connaissance de tout ce qui entoure les jeux vidéo et les industries audiovisuelles, mais seront également en mesure de mener à bien la gestion d'entreprise, grâce aux connaissances spécifiques sur le *business administration*.

Ainsi, la combinaison des deux domaines dans un seul programme apportera une valeur ajoutée à leur cursus et à leur formation, en donnant aux étudiants une connaissance et une compréhension générales du secteur qui leur permettront d'accéder à des postes pertinents, avec des attentes salariales élevées, et grâce auxquels ils pourront diriger leurs entreprises vers les plus hauts standards de qualité, les plaçant parmi les plus connues du marché.

Le programme combine parfaitement les contenus théoriques et pratiques, en donnant à chacun l'importance qu'il mérite et en favorisant l'apprentissage contextuel, de telle sorte que les étudiants, sont confrontés à des cas qu'ils peuvent rencontrer dans des situations réelles en parallèle à leurs études. En outre, l'un des principaux avantages de ce programme est qu'ils l'étudieront 100% en ligne, sans avoir à se déplacer ni à respecter des horaires spécifiques. Ce seront donc les étudiants eux-mêmes qui pourront autogérer leurs études, planifier leurs horaires et leur rythme d'apprentissage, ce qui sera très utile pour pouvoir le combiner avec le reste de leurs obligations quotidiennes.

Ce **Mastère Avancé en Encadrement Supérieur de l'Industrie Audiovisuelle** contient le programme le plus complet et le plus à jour du marché. Ses principales caractéristiques sont:

- » Le développement d'études de cas présentées par des experts du secteur audiovisuel
- » Le contenu graphique, schématique et éminemment pratique de l'ouvrage fournit des informations théorique et pratiques sur les disciplines essentielles à la pratique professionnelle
- » Des exercices pratiques afin d'effectuer un processus d'auto-évaluation pour améliorer l'apprentissage
- » Il met l'accent sur les méthodologies innovantes en la gestion des affaires audiovisuelles
- » Des conférences théoriques, des questions posées à l'expert, des forums de discussion sur des sujets controversés et un travail de réflexion individuelle
- » La possibilité d'accéder aux contenus depuis n'importe quel appareil fixe ou portable doté d'une connexion internet



Les jeux vidéo les plus performants du marché appartiennent à l'Industrie Audiovisuelle prestigieuses. Ce Mastère Avancé vous donnera la possibilité d'y accéder et de prétendre à des postes à haute responsabilité"

“

Le secteur de l'audiovisuel exige des professionnels ayant un profil de gestion élevé, capables de gérer des entreprises pour les élever aux plus hauts standards de qualité"

Son corps enseignant comprend des professionnels du secteur les jeux vidéo, apportant leur expérience professionnelle à cette formation, ainsi que des spécialistes reconnus par des sociétés de premier plan et des universités prestigieuses.

Son contenu multimédia, développé avec les dernières technologies éducatives, permettra au professionnel un apprentissage situé et contextuel, c'est-à-dire un environnement simulé qui fournira un étude immersif programmé pour s'entraîner dans des situations réelles.

La conception de ce programme est basée sur l'Apprentissage par Problèmes. Ainsi l'apprenant devra essayer de résoudre les différentes situations de pratique professionnelle qui se présentent à lui tout au long du mastère. Pour ce faire, le professionnel aura l'aide d'un système vidéo interactif innovant créé par des experts reconnus.

La multitude d'études de cas de ce Mastère Avancé sera fondamentale pour vous permettre d'apprendre de manière plus didactique et efficace.

TECH a créé cette faculté de Jeux Vidéo pour vous offrir le contenu le plus actuel.



02 Objectifs

Ce Mastère Avancé en Encadrement Supérieure de l'Industrie Audiovisuelle de TECH a été conçu pour élargir la formation des concepteurs de jeux vidéo dans ce domaine. De cette façon, les étudiants auront accès à un contenu innovant qui sera fondamental pour leur croissance professionnelle. Un programme qui aborde des aspects spécifiques de la gestion d'entreprise aux concepts les plus avancés de l'Industrie Audiovisuelle. Ce diplôme forme des professionnels hautement spécialisés, doté d'outils suffisants pour gérer et réaliser n'importe quelle tâche.





“

En effet, l'industrie des jeux vidéo est en plein essor, c'est pourquoi votre spécialisation vous ouvrira des portes dans ce secteur”



Objectifs généraux

- » Développer des compétences de leadership adaptées à la gestion d'entreprise
- » Connaître et savoir gérer les domaines économique-financiers de l'entreprise
- » Élargir les connaissances et l'information de l'étudiant avec un plus grand niveau de profondeur dans le domaine du journalisme, bien que plus spécifiquement dans le domaine de la gestion de l'industrie audiovisuelle
- » Apprenez à exercer des fonctions dans ce domaine dans un environnement spécialisé et professionnel





Objectifs spécifiques

Module 1. Leadership, éthique et RSE

- » Développer les compétences clés de leadership qui devraient définir les professionnels en activité
- » Développer les compétences essentielles pour gérer stratégiquement l'activité commerciale

Module 2. Pilotage stratégique et *management* exécutif

- » Définir les dernières tendances en matière de gestion des entreprises, en tenant compte de l'environnement mondialisé qui régit les critères des cadres supérieurs
- » Développer des stratégies pour mettre en œuvre la prise de décision dans un environnement complexe et instable.
- » Créer des stratégies d'entreprise qui définissent le scénario que l'entreprise doit suivre pour être plus compétitive et pour être plus compétitif et atteindre ses propres objectifs

Module 3. Gestion des personnes et des talents

- » Comprendre la meilleure façon de gérer les ressources humaines de l'entreprise, en obtenant une meilleure performance de celles-ci en faveur des bénéfices de l'entreprise

Module 4. Gestion économique et financière

- » Comprendre l'environnement économique dans lequel l'entreprise opère et développer des stratégies appropriées pour anticiper les changements
- » Être capable de gérer le plan économique et financier de l'entreprise

Module 5. Gestion des opérations et de la logistique

- » Comprendre les opérations logistiques qui sont nécessaires dans l'environnement des entreprises

Module 6. Gestion des systèmes d'information

- » Être capable d'appliquer les technologies de l'information et de la communication aux différents domaines de l'entreprise

Module 7. Gestion commerciale, marketing et communication d'entreprise

- » Réaliser la stratégie de marketing qui nous permet de faire connaître notre produit à nos clients potentiels et de générer une image appropriée de notre entreprise

Module 8. Innovation et gestion de projet

- » Être capable de développer toutes les phases d'une idée d'entreprise: conception, plan de faisabilité, exécution, suivi
- » Créer des stratégies innovantes en accord avec nos projets

Module 9. Journalisme culturel

- » Disposer des compétences transversales et spécifiques nécessaires pour affronter avec succès la réalité du journalisme culturel dans différents domaines
- » Avoir une connaissance approfondie de la communication numérique et du journalisme culturel
- » Savoir identifier, créer et développer des histoires avec les différents points qui les englobent, marqués par la rigueur et le personal branding
- » Connaître et développer les lignes directrices essentielles pour la réalisation de la documentation en journalisme culturel
- » Connaître, comprendre et identifier les nouveaux enjeux du journalisme, de la culture et du web 3.0
- » Connaître l'utilisation des réseaux sociaux dans le journalisme culturel et les genres journalistiques

- » Savoir utiliser l'information à travers les médias sociaux et développer un plan de communication
- » Développer un contenu spécifique au sein du journalisme culturel en termes de positionnement et d'orientation

Module 10. Théorie et technique de la réalisation

- » Connaître l'environnement de travail de l'équipe de production: moyens technologiques, routines techniques et ressources humaines Le rôle du cinéaste dans les contextes professionnels: compétences et responsabilités
- » Connaître le parcours créatif de l'idée, du scénario au produit sur l'écran
- » Apprendre les principes de base des éléments de mise en scène
- » Être capable d'analyser et de prévoir les moyens nécessaires à partir d'une séquence
- » Acquérir la capacité de planifier des séquences narratives et documentaires en fonction des supports disponibles.
- » Connaître les techniques de base de la réalisation
- » Identifier et utiliser de manière appropriée les outils technologiques dans les différentes phases du processus audiovisuel
- » Apprendre à mettre en pratique les éléments et processus fondamentaux de la narration audiovisuelle
- » Connaître les caractéristiques, les utilisations et les besoins des projets audiovisuels multi-caméras
- » Être capable de transférer des programmes de télévision du poste à l'écran
- » Comprendre les besoins et les avantages du travail en équipe dans les projets audiovisuels multicaméras

Module 11. Structure du système audiovisuel

- » Connaître les bases du fonctionnement du système audiovisuel (fixer les contenus fondamentaux, connaître les auteurs/textes travaillés dans chaque matière)
- » Acquérir la capacité d'analyse théorique et critique des structures organisationnelles de la communication audiovisuelle (comprendre les idées principales, relier les concepts et les éléments)
- » Approfondir le cadre historique, économique-politique, social et technologique dans lequel les produits audiovisuels sont produits, distribués et consommés
- » Apprendre la nature et les interrelations entre les sujets de la communication audiovisuelle: auteurs, institutions, entreprises, médias, supports et récepteurs
- » Identifier les questions et débats actuels concernant le système audiovisuel

Module 12. Production audiovisuelle

- » Connaître les origines historiques de la production audiovisuelle et son évolution dans la société contemporaine
- » Identifier les concepts théoriques qui définissent les processus de production des œuvres audiovisuelles
- » Connaître le cadre juridique et la législation qui articule le secteur de la production audiovisuelle et son impact sur les différents formats de production
- » Être capable d'identifier la conception de la production d'une œuvre audiovisuelle à partir de l'analyse de ses sources de financement
- » Identifier les différents postes du budget d'une œuvre audiovisuelle
- » Identifier les décisions de production basées sur la copie finale d'une production audiovisuelle
- » Définir les modes d'exploitation et de commercialisation des productions audiovisuelles
- » Identifier et classer les équipes humaines et les moyens techniques appropriés et nécessaires pour chaque phase du projet : pré-production, enregistrement/filmage, post-production
- » Contrôler le processus d'amortissement des productions audiovisuelles

Module 13. Réalisation de fictions et direction d'acteurs

- » Fournir aux étudiants les bases théoriques et techniques, ainsi que les compétences instrumentales pour affronter, d'un point de vue narratif et esthétique, la production de fictions audiovisuelles, dans différents médias et technologies
- » Étudier les processus de création, de production et de post-production des œuvres audiovisuelles (cinéma, télévision), ainsi que les éléments de base de la narration (image et son)
- » Traiter de manière adéquate les modèles théoriques de la construction narrative, les mécanismes impliqués dans la création d'histoires et leur articulation à travers la mise en scène, le montage et la post-production
- » Connaissance de la mise en scène intégrale de productions audiovisuelles cinématographiques et télévisuelles, en assumant la responsabilité de la direction des acteurs et en s'adaptant au scénario, au plan de travail ou au budget préalable
- » Être compétent en matière de mise en scène cinématographique/réalisation de films selon une grille, un scénario et un plan de tournage
- » Relier le cinéma aux autres arts picturaux tels que la photographie et la peinture
- » Analyser les différences entre la mise en scène pour le théâtre et la mise en scène pour le cinéma afin de comprendre les particularités de ces langues
- » Connaître les méthodes d'interprétation et leur origine afin de rendre plus fluide la communication acteur-réalisateur

Module 14. Industries culturelles et nouveaux modèles économiques de communication

- » Étudier les transformations qui se sont produites dans les industries culturelles en matière d'approvisionnement et de consommation des réseaux numériques, dans leurs aspects économiques, politiques et socioculturels
- » Approfondir les défis que l'environnement numérique pose aux modèles économiques des entreprises journalistiques et autres industries culturelles traditionnelles
- » Analyser et concevoir des stratégies innovantes, qui contribuent à l'amélioration des processus de gestion et de décision, ainsi qu'au développement de produits d'information conformes aux besoins des publics et des annonceurs
- » Comprendre les changements dans les processus d'organisation et de gestion des ressources stratégiques, humaines, matérielles et techniques des nouvelles entreprises dans l'environnement numérique

Module 15. Gestion et promotion des produits audiovisuels

- » Connaître les concepts fondamentaux qui régissent la distribution, la commercialisation et la diffusion d'un produit audiovisuel dans la société contemporaine
- » Identifier les différentes fenêtres d'exposition audiovisuelles et suivre les amortissements
- » Connaître les stratégies de production exécutive dans le développement et la distribution ultérieure de projets audiovisuels
- » Identifier le design marketing d'une production audiovisuelle à travers sa répercussion dans les différents médias audiovisuels contemporains
- » Connaître l'histoire et les problèmes contemporains des festivals de films
- » Identifier les différentes catégories et modalités des festivals de films
- » Analyser et interpréter les logiques économiques, culturelles et esthétiques des festivals de films au niveau local, national et mondial

Module 16. Genres, formats et programmes télévisés

- » Connaître le concept de genre appliqué à la production de fiction et de divertissement télévisuel
- » Distinguer et interpréter les différents genres de production de fiction et de divertissement télévisuel et leur évolution dans le temps
- » Pouvoir réaliser une analyse culturelle, sociale et économique des genres télévisuels comme élément structurant des pratiques de création et de consommation audiovisuelles
- » Comprendre les modifications et les hybridations qui se produisent dans les genres télévisuels dans le contexte de la télévision contemporaine
- » Reconnaître les différents formats dans le contexte du panorama télévisuel actuel
- » Identifier les clés d'un format, sa structure, son fonctionnement et ses facteurs d'impact
- » Savoir interpréter, analyser et commenter un format télévisuel d'un point de vue professionnel, esthétique et culturel
- » Connaître les clés théoriques et le contexte professionnel, social et culturel de la programmation télévisuelle, avec une attention particulière à la programmation télévisuelle dans le modèle de télévision espagnol
- » Connaissance des principales techniques et procédés de programmation de la télévision généraliste
- » Comprendre et analyser de manière critique les processus de l'offre télévisuelle, son évolution et sa réalité actuelle, en relation avec le phénomène de la réception et les contextes sociaux et culturels dans lesquels elle est produite

Module 17. L'audience audiovisuelle

- » Comprendre, sur un plan théorique, les courants d'études consacrés à la réception audiovisuelle
- » Identifier les différences existantes entre les différentes manières d'aborder l'étude de la réception audiovisuelle et l'état actuel des connaissances
- » Comprendre le fonctionnement des réseaux sociaux en tant qu'élément fondamental de l'environnement audiovisuel actuel
- » Comprendre les liens entre le public et le contenu
- » Comprendre les transformations induites par la numérisation

Module 18. Scénario de télévision : programmes et fictions

- » Identifier les différents genres de programmes télévisés afin de déterminer les techniques de scénarisation qu'ils requièrent
- » Connaître les différents outils à la disposition d'un scénariste de télévision
- » Apprenez comment le format d'un programme télévisé est lié à ses techniques d'écriture
- » Comprendre les bases de la dynamique du format d'un programme télévisé
- » Obtenir une vue d'ensemble des franchises internationales de formats de programmes télévisés
- » Utiliser un point de vue critique lors de l'analyse de divers genres et formats de programmes télévisés sur la base de leurs scripts
- » Comprendre la manière de présenter un projet de scénario pour une série télévisée



“

Nintendo et Ubisoft recherchent des managers ayant le profil professionnel que vous obtiendrez après avoir terminé ce Mastère Avancé”

03

Compétences

A l'issue de ce Mastère Avancé, les étudiants seront qualifiés pour gérer des entreprises de l'industrie audiovisuelle spécialisées dans le secteur des jeux vidéo. Ils acquièrent ainsi les compétences spécifiques qui leur permettront de maîtriser toutes les facettes de l'entreprise, des plus entrepreneuriales, comme la gestion économique, aux plus créatives. Ainsi, chaque étudiant développera son profil sur les plans académique et professionnel et disposera de grandes possibilités d'emploi sur le marché du travail.





“

Si vous êtes passionné de jeux vidéo, ce programme vous donnera les clés pour diriger les plus importantes entreprises du secteur”



Compétences générales

- » Contrôler les différents départements de l'entreprise afin d'atteindre les objectifs communs de l'entreprise
- » Gestion adéquate des ressources humaines de l'entreprise
- » Développer la gestion globale d'un projet de communication audiovisuelle dans chacune de ses facettes avec une maîtrise complète des différents agents et processus qui y participent
- » Appliquer les stratégies les plus appropriées pour promouvoir la croissance de l'entreprise audiovisuelle





Compétences spécifiques

- » Réaliser une gestion globale de l'entreprise, en appliquant des techniques de leadership qui influencent le rendement des travailleurs, de manière à ce que les objectifs de l'entreprise soient atteints
- » Participer à la stratégie d'entreprise et à la stratégie concurrentielle de l'entreprise et les diriger
- » Résoudre les conflits d'entreprise et les problèmes entre travailleurs
- » Effectuer une gestion correcte de l'équipe pour améliorer la productivité et, par conséquent, les bénéfices de l'entreprise
- » Assurer le contrôle économique et financier de l'entreprise
- » Contrôler la logistique, les achats et les processus d'approvisionnement de l'entreprise
- » Approfondir les nouveaux modèles économiques des systèmes d'information
- » Appliquer les stratégies les plus appropriées pour le commerce électronique des produits de l'entreprise
- » Développer et diriger des plans de marketing
- » Engagement en faveur de l'innovation dans tous les processus et domaines de l'entreprise
- » Comment utiliser les réseaux sociaux dans un environnement journalistique ?
- » Connaître la composition des équipes de production audiovisuelle
- » Organiser une mise en scène adaptée aux objectifs du projet audiovisuel
- » Planifier des actions narratives adaptées aux moyens disponibles.
- » Maîtriser les différentes phases du projet audiovisuel
- » Connaître et appliquer les structures organisationnelles de la communication audiovisuelle.
- » Savoir s'adapter aux formes actuelles de consommation.
- » Connaître le code relationnel des différents agents de la communication audiovisuelle.
- » Décrire l'évolution historique de la production audiovisuelle
- » Créer des produits adaptés au financement disponible
- » Planification de l'amortissement des produits audiovisuels
- » Réaliser un produit audiovisuel sur différents supports



Le développement des jeux vidéo est l'une des facettes les plus importantes des entreprises audiovisuelles. Spécialisez-vous dans ce domaine et accédez à des postes de direction de haut niveau"

04

Direction de la formation

Le corps enseignant choisi pour le développement de ce programme est composé d'un groupe de professionnels qui comprennent la nécessité de former les étudiants afin d'accroître leur compétitivité sur le marché du travail. Ainsi, ils mettent en commun leurs nombreuses années d'expérience au profit de la formation universitaire des futurs diplômés désireux de renforcer leurs compétences en matière de leadership et de management.



“

TECH vous rapproche des professionnels en activité qui apportent à ce Mastère Avancé leur expertise solide bâtie sur des années d'expérience à la tête d'entreprises prestigieuses”

Directeur invité international

Récompensée par Women We Admire pour son leadership dans le secteur de l'information, Amirah Cissé est une prestigieuse experte en **Communication Audiovisuelle**. En effet, elle a passé la majeure partie de sa carrière professionnelle à gérer des projets internationaux pour des marques de renom, en s'appuyant sur les stratégies de **Marketing** les plus innovantes.

En ce sens, ses compétences stratégiques et sa capacité à intégrer les technologies émergentes dans des contenus multimédias narratifs de manière avant-gardiste lui ont permis de faire partie d'institutions renommées à l'échelle mondiale. Par exemple, **Google, NBCUniversal ou Frederator Networks à New York**. Ainsi, son travail s'est concentré sur la création de campagnes de communication pour diverses entreprises, générant des **contenus audiovisuels** hautement créatifs qui établissent une connexion émotionnelle avec le public. Grâce à cela, de nombreuses entreprises ont pu fidéliser les consommateurs sur une longue période, tout en renforçant leur présence sur le marché et en assurant leur viabilité à long terme.

Sa vaste expérience professionnelle va de la **production de programmes télévisés** à la création de **techniques de marketing** sophistiquées, en passant par la gestion de contenus visuels sur les principaux **réseaux sociaux**. Parallèlement, elle est considérée comme une véritable **stratège** qui identifie les opportunités culturellement pertinentes pour les clients. Ce faisant, elle a développé des tactiques alignées sur les attentes et les besoins du public, permettant aux organisations de mettre en œuvre des solutions rentables.

Fermelement attachée à l'avancement de l'industrie Audiovisuelle et à l'excellence dans sa pratique quotidienne, elle a combiné ces fonctions avec son rôle de **Chercheuse**. Elle a rédigé de nombreux articles scientifiques spécialisés dans des domaines émergents tels que la dynamique du **comportement des utilisateurs** sur Internet, l'impact des **sports électroniques** dans le domaine du divertissement ou encore les dernières tendances en matière d'amélioration de la **créativité**.



Mme Cissé, Amirah

- Directrice de la Stratégie Clientèle Globale pour NBCUniversal à New York, États-Unis
- Experte en Stratégie chez Horizon Media, New York
- Gestionnaire de l'Engagement chez Google, Californie
- Stratège Culturelle chez Spaks & honey, New York
- Gestionnaire de Compte chez Reelio, New York
- Coordinatrice de Compte chez Jun Group, New York
- Spécialiste en Stratégie de Contenu chez Frederator Networks, New York
- Chercheuse à la Société Généalogique et Biographique de New York
- Stage Universitaire en Sociologie et Anthropologie à l'Université de Kanda Gaigo
- Licence en Beaux-Arts avec spécialisation en Sociologie au Williams College
- Certification en : Formation en Leadership et Coaching Exécutif, Recherche en Marketing

“

Grâce à TECH, vous pourrez apprendre avec les meilleurs professionnels du monde”

Direction



D. Ledesma Carrillo, Carlos Atxona

- Directeur de Secteur International / Juridique, chez Transporte Interurbanos de Tenerife S.A.U
- Responsable juridique, chez Avalon Biz Consulting
- Formateur Rgpd - Esfocc (Ecole Supérieure de Formation et Qualification des Canaries)
- Conseiller Juridique, chez Transports Interurbains de Tenerife S.A.U.
- Diplôme de droit à l'université de La Laguna. Santa Cruz de Tenerife. Tenerife
- Gestion intégrée de la qualité, de l'environnement et de la sécurité au travail - Escuela de commerce Fyde Caja Canaries. Santa Cruz de Tenerife, Tenerife
- Planification stratégique des affaires - Connect Americas. Washington, États-Unis Washington, États-Unis
- Diplôme d'expert en gestion du travail - École Européenne de Direction et Entreprise. Madrid
- Diplôme en Gestion des Connaissances en Entreprises - Formación sin barreras et Université Rey Juan Carlos I. Madrid, Espagne
- MBA - Master en Administration et Management des Entreprises - Université Européenne des Canaries. La Orotava, Tenerife



Professeurs

D. González, Alexis

- » Directeur financier de la banque Cajasiete, à Tenerife, dans les îles Canaries.
- » Cofondateur du club d'investissement boursier de la faculté des études commerciales.
- » Diplômé en gestion et administration des entreprises de l'université de Las Palmas de Gran Canaria, avec une spécialisation en finances.
- » Diplômé en études commerciales de l'université de Las Palmas de Gran Canaria.
- » Membre n° 1554 de l'Association des économistes de Santa Cruz de Tenerife
- » Master en fiscalité et conseil fiscal par le Centro de Estudios Financieros en collaboration avec l'Association espagnole des conseillers fiscaux
- » Executive Master en Direction Financière et Finance Avancée de l'Instituto Superior en Técnicas et Prácticas Bancarias avec mention très bien
- » Programme d'expertise en planification financière et contrôle de gestion dans le secteur bancaire par les Analystes Financiers Internationaux (AFI)
- » Programme de formation Business Angels organisé par le parc technologique et scientifique de Tenerife
- » Programme de développement exécutif en gestion de portefeuille par International Financial Analysts (AFI)

05

Structure et contenu

Ce Mastère Avancé TECH, spécialement destiné aux créateurs de jeux vidéo, a été conçu en tenant compte des besoins de spécialisation de ces professionnels lorsqu'il s'agit de gérer leur propre entreprise ou d'accéder à des postes de direction dans les entreprises du secteur. Ainsi, les étudiants apprendront à diriger des équipes et des projets audiovisuels, et développeront les compétences spécifiques qui leur permettront de gérer tous les départements d'une entreprise audiovisuelle.





“

*La réalisation de ce programme
ouvrira les portes d'un marché
du travail très compétitif*”

Module 1. Leadership, éthique et RSE

- 1.1. Mondialisation et Gouvernance
 - 1.1.1. Mondialisation et tendances: internationalisation des marchés
 - 1.1.2. Environnement économique et gouvernance d'entreprise
 - 1.1.3. *Accountability* ou Responsabilité
- 1.2. Leadership
 - 1.2.1. Environnement interculturel
 - 1.2.2. Leadership et management
 - 1.2.3. Rôles et responsabilités de la direction
- 1.3. Éthique des affaires
 - 1.3.1. Éthique et intégrité
 - 1.3.2. La conduite éthique des affaires
 - 1.3.3. Déontologie, codes d'éthique et de conduite
 - 1.3.4. Prévention de la fraude et de la corruption
- 1.4. Durabilité
 - 1.4.1. Entreprises et développement durable
 - 1.4.2. Impact social, environnemental et économique
 - 1.4.3. Agenda 2030 et ODD
- 1.5. Responsabilité Sociale des entreprises
 - 1.5.1. Responsabilité sociale des entreprises
 - 1.5.2. Rôles et responsabilités
 - 1.5.3. Application de la responsabilité sociale des entreprises

Module 2. Orientation stratégique et gestion exécutive

- 2.1. Analyse et design organisationnelles
 - 2.1.1. La culture organisationnelle
 - 2.1.2. Analyse organisationnelle
 - 2.1.3. Design de la structure organisationnelle
- 2.2. Stratégie d'entreprise
 - 2.2.1. Stratégie au niveau de l'entreprise
 - 2.2.2. Typologies des stratégies au niveau des entreprises
 - 2.2.3. Détermination de la stratégie d'entreprise
 - 2.2.4. Stratégie d'entreprise et image de marque

- 2.3. Planification et formulation stratégiques
 - 2.3.1. Réflexion stratégique
 - 2.3.2. Formulation et planification stratégiques
 - 2.3.3. Durabilité et Stratégie d'entreprise
- 2.4. Modèles et motifs stratégiques
 - 2.4.1. Richesse, valeur et rendement des investissements
 - 2.4.2. Stratégie d'entreprise: méthodologie
 - 2.4.3. Croissance et consolidation de la stratégie d'entreprise
- 2.5. La Direction stratégique
 - 2.5.1. Mission, vision et valeurs stratégiques
 - 2.5.2. *Balanced Scorecard*/Tableau de bord prospectif
 - 2.5.3. Analyse, suivi et évaluation de la stratégie d'entreprise
 - 2.5.4. Direction stratégique et *reporting*
- 2.6. Mise en œuvre et exécution stratégiques
 - 2.6.1. Mise en œuvre stratégique: objectifs, actions et impacts
 - 2.6.2. Suivi, alignement et stratégie
 - 2.6.3. Approche d'amélioration continue
- 2.7. Direction Générale
 - 2.7.1. Intégration des stratégies fonctionnelles dans les stratégies commerciales mondiales
 - 2.7.2. Gestion exécutive et développement de processus
 - 2.7.3. *Knowledge management*
- 2.8. Analyses et résolution de problèmes
 - 2.8.1. Méthodologie de la résolution de problèmes
 - 2.8.2. Méthode des cas
 - 2.8.3. Positionnement et prise de décision

Module 3. Gestion des personnes et des talents

- 3.1. Comportement organisationnel
 - 3.1.1. Théorie des organisations
 - 3.1.2. Facteurs clés pour le changement des organisations
 - 3.1.3. Stratégies d'entreprise, typologies et gestion des connaissances
- 3.2. La direction stratégique des personnes
 - 3.2.1. Conception des emplois, recrutement et sélection
 - 3.2.2. Plan stratégique des ressources humaines: conception et implantation
 - 3.2.3. Analyse de l'emploi; design et sélection des travailleurs
 - 3.2.4. Formation et développement professionnel
- 3.3. Développement de la gestion et le leadership
 - 3.3.1. Compétences en matière de gestion: les aptitudes et compétences du 21e siècle
 - 3.3.2. Aptitudes non-directives
 - 3.3.3. Carte des aptitudes et compétences
 - 3.3.4. Leadership et gestion des ressources humaines
- 3.4. Gestion du changement
 - 3.4.1. Analyse des performances
 - 3.4.2. Plan stratégique.
 - 3.4.3. Gestion du changement: facteurs clés, conception et gestion du processus
 - 3.4.4. Approche d'amélioration continue
- 3.5. Négociation et gestion des conflits
 - 3.5.1. Objectifs de la négociation: éléments différenciateurs
 - 3.5.2. Techniques de négociation efficaces
 - 3.5.3. Conflits: facteurs et typologies
 - 3.5.4. La gestion efficace des conflits: négociation et communication.
- 3.6. La communication managériale
 - 3.6.1. Analyse des performances
 - 3.6.2. Faire face au changement. Résistance au changement
 - 3.6.3. Gestion des processus de changement
 - 3.6.4. Gestion d'équipes multiculturelles

- 3.7. Gestion d'équipe et performance des personnes
 - 3.7.1. Environnement multiculturel et multidisciplinaire
 - 3.7.2. Gestion d'équipe et de personnes
 - 3.7.3. Coaching et gestion de personnes
 - 3.7.4. Réunions de direction: planification et gestion du temps
- 3.8. Gestion des connaissances et du talent
 - 3.8.1. Identifier les connaissances et les talents dans les organisations
 - 3.8.2. Modèles de gestion des connaissances et des talents de l'entreprise
 - 3.8.3. Créativité et innovation

Module 4. Gestion économique et financière

- 4.1. Environnement Économique
 - 4.1.1. Théorie des organisations
 - 4.1.2. Facteurs clés pour le changement des organisations
 - 4.1.3. Stratégies d'entreprise, typologies et gestion des connaissances
- 4.2. Comptabilité de gestion
 - 4.2.1. Cadre comptable international
 - 4.2.2. Introduction au cycle comptable
 - 4.2.3. États comptables des entreprises
 - 4.2.4. Analyses des États Comptables: prise de décisions
- 4.3. Budget et Contrôle de Gestion
 - 4.3.1. Planification budgétaire
 - 4.3.2. Contrôle de Gestion: design et objectifs
 - 4.3.3. Suivi et *rapports*
- 4.4. Responsabilité fiscale des entreprises
 - 4.4.1. La responsabilité fiscale des entreprises
 - 4.4.2. Procédure fiscale: une approche par pays
- 4.5. Systèmes de contrôle des entreprises
 - 4.5.1. Typologie du Contrôle
 - 4.5.2. Conformité réglementaire/*Compliance*
 - 4.5.3. Audit interne
 - 4.5.4. Audit externe

- 4.6. Direction Financière
 - 4.6.1. L'introduction à la Direction Financière
 - 4.6.2. La Direction financière et la stratégie d'entreprise
 - 4.6.3. Directeur financier ou *Chief Financial Officer* (CFO): compétences en gestion directive
- 4.7. Planification financière
 - 4.7.1. Modèles commerciaux et besoins de financement
 - 4.7.2. Outils d'analyse financière
 - 4.7.3. Planification financière à court terme
 - 4.7.4. Planification financière à long terme
- 4.8. Stratégie financière de l'entreprise
 - 4.8.1. Investissements financiers des entreprises
 - 4.8.2. Croissance stratégique: typologies
- 4.9. Contexte Macroéconomique
 - 4.9.1. Analyse Macroéconomique
 - 4.9.2. Indicateurs à court terme
 - 4.9.3. Cycle économique
- 4.10. Financement Stratégique
 - 4.10.1. Activités bancaires: environnement actuel
 - 4.10.2. Analyse et gestion des risques
- 4.11. Marchés monétaires et des capitaux
 - 4.11.1. Marché des titres à revenu fixe
 - 4.11.2. Marché à revenu variable
 - 4.11.3. Évaluation l'entreprise
- 4.12. Analyses et résolution de problèmes
 - 4.12.1. Méthodologie de la résolution de problèmes
 - 4.12.2. Méthode des cas

Module 5. Gestion des opérations et de la logistique

- 5.1. Direction des opérations
 - 5.1.1. Définir la stratégie des opérations
 - 5.1.2. Planification et contrôle de la chaîne d'approvisionnement
 - 5.1.3. Systèmes d'indicateurs
- 5.2. Direction des achats
 - 5.2.1. Gestion des stocks
 - 5.2.2. Gestion des entrepôts
 - 5.2.3. Gestion des achats et des marchés publics
- 5.3. *Supply chain management* (1)
 - 5.3.1. Coûts et efficacité de la chaîne d'opérations
 - 5.3.2. Changement de la structure de la demande
 - 5.3.3. Changement de la stratégie d'exploitation
- 5.4. *Supply chain management* (2). Exécution
 - 5.4.1. *Lean Manufacturing/Lean thinking*
 - 5.4.2. Gestion Logistique
 - 5.4.3. Achats.
- 5.5. Processus logistiques
 - 5.5.1. Organisation et gestion par les processus
 - 5.5.2. Approvisionnement, production, distribution
 - 5.5.3. Qualité, coûts et outils de la qualité
 - 5.5.4. Service après-vente
- 5.6. La logistique et les clients
 - 5.6.1. Analyse et prévision de la demande
 - 5.6.2. Prévision et planification des ventes
 - 5.6.3. *Collaborative planning forecasting & replacement*
- 5.7. La logistique internationale
 - 5.7.1. Douanes, processus d'exportation et d'importation
 - 5.7.2. Formes et moyens de paiement internationaux
 - 5.7.3. Plateformes logistiques internationales

- 5.8. Concurrence des opérations
 - 5.8.1. L'innovation dans les opérations comme avantage concurrentiel de l'entreprise
 - 5.8.2. Technologies et sciences émergentes
 - 5.8.3. Les Systèmes d'information dans les opérations

Module 6. Gestion des systèmes d'information

- 6.1. Gestion des systèmes d'information
 - 6.1.1. Systèmes d'information des entreprises
 - 6.1.2. Décisions stratégiques
 - 6.1.3. Rôle du DSI
- 6.2. Technologie de l'information et stratégie d'entreprise
 - 6.2.1. Analyse d'entreprise et secteurs industriels
 - 6.2.2. Modèles commerciaux basés sur l'Internet
 - 6.2.3. La valeur du service TI dans l'entreprise
- 6.3. Plan Stratégique du Système d'Information
 - 6.3.1. Le processus de la planification stratégique
 - 6.3.2. Formulation de la stratégie du Système d'Information
 - 6.3.3. Plan de mise en œuvre de la stratégie
- 6.4. Systèmes d'information et *business intelligence*
 - 6.4.1. GRC et *Business Intelligence*
 - 6.4.2. La gestion de projets de *Business Intelligence*
 - 6.4.3. L'architecture de *Business Intelligence*
- 6.5. Nouveaux modèles commerciaux basés sur les TIC
 - 6.5.1. Modèles commerciaux de base technologique
 - 6.5.2. Capacités pour innover
 - 6.5.3. Nouvelle conception des processus de la chaîne de valeur
- 6.6. Commerce électronique
 - 6.6.1. Plan stratégique pour le commerce électronique
 - 6.6.2. Gestion de la logistique et service à la clientèle dans le commerce électronique
 - 6.6.3. *E-Commerce* comme opportunité pour l'internationalisation

- 6.7. Stratégies de *E-Business*
 - 6.7.1. Stratégie de médias sociaux
 - 6.7.2. Optimisation des canaux de service et du support client
 - 6.7.3. Régulation digitale
- 6.8. *Digital business*
 - 6.8.1. *Mobile e-Commerce*
 - 6.8.2. Conception et utilisation
 - 6.8.3. Opérations de commerce électronique

Module 7. Gestion commerciale, marketing et communication d'entreprise

- 7.1. Gestion Commerciale
 - 7.1.1. Gestion des ventes
 - 7.1.2. Stratégie de vente
 - 7.1.3. Techniques de vente de négociation
 - 7.1.4. Gestion des équipes de ventes
- 7.2. Marketing
 - 7.2.1. Le Marketing et l'impact sur l'entreprise
 - 7.2.2. Les variables de base du Marketing
 - 7.2.3. Le plan du Marketing
- 7.3. Gestion stratégique du Marketing
 - 7.3.1. Les sources d'innovation
 - 7.3.2. Tendances actuelles du Marketing
 - 7.3.3. Outils du Marketing
 - 7.3.4. Stratégie du Marketing et la communication avec les clients
- 7.4. Stratégie du Marketing Digital
 - 7.4.1. Approche du Marketing Digital
 - 7.4.2. Outils du Marketing Digital
 - 7.4.3. *Inbound Marketing* et l'évolution du Marketing Digital

- 7.5. Stratégie de vente et de communication
 - 7.5.1. Positionnement et promotion
 - 7.5.2. Relations publiques
 - 7.5.3. Stratégie de vente et de communication
- 7.6. Communication d'Entreprise
 - 7.6.1. Communication interne et externe
 - 7.6.2. Département Communication
 - 7.6.3. Direction de la Communication (DIRCOM): compétences de la direction et responsabilités
- 7.7. Stratégie de la Communication d'entreprise
 - 7.7.1. Stratégie de communication de l'entreprise
 - 7.7.2. Plan de Communication
 - 7.7.3. Rédaction de communiqués de presse/*clips*/*publicité*

Module 8. Innovation et gestion de projet

- 8.1. Innovation
 - 8.1.1. Macro Conceptuel de l'innovation
 - 8.1.2. Typologies de l'innovation
 - 8.1.3. Innovation continue et discontinue
 - 8.1.4. Formation et Innovation
- 8.2. Stratégies d'innovation
 - 8.2.1. Innovation et stratégie d'entreprise
 - 8.2.2. Projet global d'innovation: design et gestion
 - 8.2.3. Ateliers d'innovation
- 8.3. Conception et validation du modèle d'entreprise
 - 8.3.1. Méthodologie *Lean Startup*
 - 8.3.2. Initiative commercial innovante: étapes
 - 8.3.3. Modalités de financement
 - 8.3.4. Outils de modélisation: carte d'empathie, modèle de canevas et métriques
 - 8.3.5. Croissance et fidélité



- 8.4. Direction et Gestion des projets
 - 8.4.1. Les opportunités d'innovation
 - 8.4.2. L'étude de faisabilité et la spécification des propositions
 - 8.4.3. La définition et la conception des projets
 - 8.4.4. L'exécution des projets
 - 8.4.5. La clôture des projets

Module 9. Journalisme culturel

- 9.1. Concept et délimitations du journalisme culturel
 - 9.1.1. Introduction: le concept de culture
 - 9.1.2. Le rapport culturel de l'art
 - 9.1.3. Informations culturelles sur les arts du spectacle
 - 9.1.4. Informations culturelles sur le cinéma
 - 9.1.5. Informations culturelles sur la musique
 - 9.1.6. Informations culturelles sur les livres
- 9.2. Les origines du journalisme culturel
 - 9.2.1. Introduction
 - 9.2.2. Les origines de l'information culturelle dans la presse
 - 9.2.3. Les origines de l'information culturelle à la radio
 - 9.2.4. Les origines de l'information culturelle à la télévision
- 9.3. La pratique du journalisme culturel
 - 9.3.1. Introduction
 - 9.3.2. Considérations générales
 - 9.3.3. Facteurs d'intérêt et critères d'évaluation pour l'élaboration d'informations culturelles
- 9.4. Les sources du journalisme culturel
 - 9.4.1. Introduction
 - 9.4.2. Sources générales d'informations culturelles
 - 9.4.3. Sources spécifiques d'information audiovisuelle sur la culture

- 9.5. Genres dans l'information culturelle
 - 9.5.1. Introduction
 - 9.5.2. Nouvelles
 - 9.5.3. Interview
 - 9.5.4. Chronique
 - 9.5.5. Rapport
- 9.6. La diversification actuelle de l'information culturelle dans la presse, la radio et la télévision
 - 9.6.1. Introduction
 - 9.6.2. L'information culturelle dans la presse
 - 9.6.3. Informations culturelles à la radio
 - 9.6.4. Informations culturelles sur la télévision
- 9.7. La culture et l'internet
 - 9.7.1. Introduction
 - 9.7.2. La culture et l'internet
 - 9.7.3. Les avantages de la culture
- 9.8. Marketing culturel
 - 9.8.1. Introduction
 - 9.8.2. Marketing culturel
 - 9.8.3. Comment fonctionne le marketing culturel?
- 9.9. Analyse de la culture
 - 9.9.1. Introduction
 - 9.9.2. Approche théorique et méthodologique de la culture
 - 9.9.3. Culture, communication et signification
 - 9.9.4. Culture et imaginaires
- 9.10. Cyberculture et journalisme numérique de contenu culturel
 - 9.10.1. Introduction
 - 9.10.2. Définition de l'e-culture
 - 9.10.3. Journalism numérique de contenu culturel
 - 9.10.4. Les clés du journalisme numérique des contenus culturels

Module 10. Théorie et technique de la réaliser

- 10.1. La réalisation comme construction de l'œuvre audiovisuelle. L'équipe de travail
 - 10.1.1. Du scénario littéraire au scénario technique ou au compte-rendu
 - 10.1.2. L'équipe de travail
- 10.2. Les éléments de la production de l'écran. Les matériaux de construction
 - 10.2.1. Pré-adaptation spatiale. Direction artistique
 - 10.2.2. Les éléments de la mise-en-scène
- 10.3. Pré-production. Les documents de production
 - 10.3.1. Le scénario technique
 - 10.3.2. Le plan scénographique
 - 10.3.3. Le *storyboard*
 - 10.3.4. Planification
 - 10.3.5. Le plan de tournage
- 10.4. La valeur expressive du son
 - 10.4.1. Typologie des éléments sonores
 - 10.4.2. Construction de l'espace sonore
- 10.5. La valeur expressive de la lumière
 - 10.5.1. Valeur expressive de la lumière
 - 10.5.2. Techniques d'éclairage de base
- 10.6. Techniques de base de prise de vue avec un seul appareil photo
 - 10.6.1. Usages et techniques de la prise de vue avec une seule caméra
 - 10.6.2. Le sous-genre du *found footage*. Films de fiction et documentaires
 - 10.6.3. La réalisation de films monocaméra à la télévision
- 10.7. Le Montage
 - 10.7.1. Le montage en tant qu'assemblage. La reconstruction de l'espace-temps
 - 10.7.2. Techniques de montage non linéaires
- 10.8. Post-production et étalonnage des couleurs
 - 10.8.1. Post-production
 - 10.8.2. Concept d'édition verticale
 - 10.8.3. L'étalonnage des couleurs
- 10.9. Formats et équipements de production
 - 10.9.1. Formats multi-caméras
 - 10.9.2. Le studio et l'équipement

- 10.10. Clés, techniques et routines de la production multi-caméras
 - 10.10.1. Techniques multi-caméras
 - 10.10.2. Quelques formats courants

Module 11. Structure du système audiovisuel

- 11.1. Une introduction aux Industries Culturelles (IC)
 - 11.1.1. Concepts de la culture. Culture-communication
 - 11.1.2. Théorie et évolution de l'IC: typologie et modèles
- 11.2. Industrie cinématographique I
 - 11.2.1. Caractéristiques et principaux acteurs
 - 11.2.2. Structure du système cinématographique
- 11.3. Industrie cinématographique II
 - 11.3.1. L'industrie cinématographique américaine
 - 11.3.2. Sociétés de production indépendantes
 - 11.3.3. Problèmes et débats dans l'industrie cinématographique
- 11.4. Industrie cinématographique III
 - 11.4.1. Réglementation des films: État et culture. Politiques de protection et de promotion de la cinématographie
 - 11.4.2. Études de cas
- 11.5. Industrie de la télévision I
 - 11.5.1. La télévision économique
 - 11.5.2. Modèles fondateurs
 - 11.5.3. Transformations
- 11.6. Industrie de la télévision II
 - 11.6.1. L'industrie de la télévision américaine
 - 11.6.2. Principales caractéristiques
 - 11.6.3. Réglementation des États
- 11.7. Industrie de la télévision III
 - 11.7.1. La télévision de service public en Europe
 - 11.7.2. Crises et débats

- 11.8. Les axes de changement
 - 11.8.1. Nouveaux processus dans le secteur audiovisuel
 - 11.8.2. Débats sur la réglementation
- 11.9. Télévision numérique terrestre (TNT)
 - 11.9.1. Rôle de l'État et expériences
 - 11.9.2. Les nouvelles caractéristiques du système de télévision
- 11.10. Nouveaux opérateurs dans le paysage audiovisuel
 - 11.10.1. Plateformes de services *over-the-top* (OTT)
 - 11.10.2. Conséquences de leur émergence

Module 12. Production audiovisuelle

- 12.1. Production audiovisuelle
 - 12.1.1. Concepts d'introduction
 - 12.1.2. L'industrie audiovisuelle
- 12.2. L'équipe de production
 - 12.2.1. Les professionnels
 - 12.2.2. Le producteur et le scénario
- 12.3. Le projet audiovisuel
 - 12.3.1. Gestion de projet
 - 12.3.2. Évaluation du projet
 - 12.3.3. Présentation du projet
- 12.4. Modalités de production et de financement
 - 12.4.1. Financement de la production audiovisuelle
 - 12.4.2. Modes de production audiovisuelle
 - 12.4.3. Ressources pour le préfinancement
- 12.5. L'équipe de production et le découpage du scénario
 - 12.5.1. L'équipe de production
 - 12.5.2. Le découpage du scénario

- 12.6. Les lieux de tournage
 - 12.6.1. Les lieux
 - 12.6.2. Les ensembles
- 12.7. Contrats de casting et de tournage
 - 12.7.1. *Le Casting*
 - 12.7.2. Le test de *casting*
 - 12.7.3. Contrats, droits et assurances
- 12.8. Le plan de travail et le budget de l'œuvre audiovisuelle
 - 12.8.1. Le plan de travail
 - 12.8.2. Budgétisation
- 12.9. Production de films ou d'enregistrements
 - 12.9.1. Préparation du tournage
 - 12.9.2. L'équipement et les moyens de tournage
- 12.10. La post-production et le bilan final de l'œuvre audiovisuelle
 - 12.10.1. Montage et post-production
 - 12.10.2. Bilan final et exploitation

Module 13. Réalisation de fictions et direction d'acteurs

- 13.1. La réalisation de la fiction
 - 13.1.1. Introduction
 - 13.1.2. Le processus et ses outils
- 13.2. L'optique et la caméra
 - 13.2.1. Objectifs et cadrage
 - 13.2.2. Mouvement de la caméra
 - 13.2.3. Continuité
- 13.3. Lumière et couleur: aspects théoriques
 - 13.3.1. Exposition
 - 13.3.2. Théorie des couleurs
- 13.4. L'éclairage au cinéma
 - 13.4.1. Outils
 - 13.4.2. L'éclairage comme récit

- 13.5. Couleur et optique
 - 13.5.1. Contrôle des couleurs
 - 13.5.2. Optique
 - 13.5.3. Contrôle de l'image
- 13.6. Le travail sur le plateau
 - 13.6.1. La liste des plans
 - 13.6.2. L'équipage et ses fonctions
- 13.7. Questions techniques relatives à la réalisation de films
 - 13.7.1. Ressources techniques
- 13.8. La vision des directeurs
 - 13.8.1. Les directeurs prennent la parole
- 13.9. Transformations numériques
 - 13.9.1. Les transformations analogiques-numériques dans la photographie cinématographique
 - 13.9.2. Le règne de la post-production numérique
- 13.10. Direction des acteurs
 - 13.10.1. Introduction
 - 13.10.2. Principales méthodes et techniques
 - 13.10.3. Travailler avec des acteurs

Module 14. Industries culturelles et nouveaux modèles économiques de communication

- 14.1. Les concepts de culture, d'économie, de communication, de technologie, d'IC et d'environnement
 - 14.1.1. Culture, économie, communication
 - 14.1.2. Les industries culturelles
- 14.2. Technologie, communication et culture
 - 14.2.1. La culture artisanale transformée en marchandise
 - 14.2.2. Du spectacle vivant aux arts visuels
 - 14.2.3. Musées et patrimoine



- 14.3. Les grands secteurs des industries culturelles
 - 14.3.1. Produits d'édition
 - 14.3.2. IC de flux
 - 14.3.3. Modèles hybrides
- 14.4. L'ère numérique dans les industries culturelles
 - 14.4.1. Les industries culturelles numériques
 - 14.4.2. De nouveaux modèles à l'ère du numérique
- 14.5. Médias numériques et médias à l'ère numérique
 - 14.5.1. Le secteur de la presse en ligne
 - 14.5.2. La radio dans l'environnement numérique
 - 14.5.3. Particularités des médias à l'ère numérique
- 14.6. Mondialisation et diversité culturelle
 - 14.6.1. Concentration, internationalisation et mondialisation des industries culturelles
 - 14.6.2. La lutte pour la diversité culturelle
- 14.7. Politiques culturelles et de coopération
 - 14.7.1. Politiques culturelles
 - 14.7.2. Le rôle des États et des régions des pays
- 14.8. La diversité musicale dans le nuage
 - 14.8.1. Le secteur de la musique aujourd'hui
 - 14.8.2. Le cloud
 - 14.8.3. Initiatives latino-américaines/latines
- 14.9. La diversité dans l'industrie audiovisuelle
 - 14.9.1. Du pluralisme à la diversité
 - 14.9.2. Diversité, culture et communication
 - 14.9.3. Conclusions et propositions
- 14.10. La diversité audiovisuelle sur Internet
 - 14.10.1. Le système audiovisuel à l'ère de l'Internet
 - 14.10.2. Offres de télévision et diversité
 - 14.10.3. Conclusions

Module 15. Gestion et promotion des produits audiovisuels

- 15.1. Distribution audiovisuelle
 - 15.1.1. Introduction
 - 15.1.2. Les acteurs de la distribution
 - 15.1.3. Les produits du marketing
 - 15.1.4. Les domaines de la distribution audiovisuelle
 - 15.1.5. Distribution nationale
 - 15.1.6. Distribution internationale
- 15.2. La société de distribution
 - 15.2.1. La structure organisationnelle
 - 15.2.2. Négociation du contrat de distribution
 - 15.2.3. Clients internationaux
- 15.3. Fenêtres d'exploitation, contrats et ventes internationales
 - 15.3.1. Fenêtres d'exploitation
 - 15.3.2. Contrats de distribution internationale
 - 15.3.3. Ventes internationales
- 15.4. Marketing cinématographique
 - 15.4.1. Marketing cinématographique
 - 15.4.2. La chaîne de valeur de la production cinématographique
 - 15.4.3. Les supports publicitaires au service de la promotion
 - 15.4.4. Outils de lancement
- 15.5. Les études de marché dans le cinéma
 - 15.5.1. Introduction
 - 15.5.2. Phase de pré-production
 - 15.5.3. Phase de post-production
 - 15.5.4. Phase de commercialisation
- 15.6. Réseaux sociaux et promotion des films
 - 15.6.1. Introduction
 - 15.6.2. Promesses et limites des réseaux sociaux
 - 15.6.3. Les objectifs et leur mesure
 - 15.6.4. Calendrier et stratégies de promotion
 - 15.6.5. Interpréter ce que disent les réseaux

- 15.7. Distribution audiovisuelle sur Internet I
 - 15.7.1. Le nouveau monde de la distribution audiovisuelle
 - 15.7.2. Le processus de distribution sur Internet
 - 15.7.3. Produits et possibilités dans le nouveau scénario
 - 15.7.4. Nouveaux modes de distribution
- 15.8. Distribution audiovisuelle sur Internet II
 - 15.8.1. Les clés du nouveau scénario
 - 15.8.2. Les dangers de la distribution sur Internet
 - 15.8.3. La *Video on Demand* (VOD) comme nouvelle fenêtre de distribution
- 15.9. De nouveaux espaces pour la distribution
 - 15.9.1. Introduction
 - 15.9.2. La Révolution Netflix
- 15.10. Festivals de cinéma
 - 15.10.1. Introduction
 - 15.10.2. Le rôle des festivals de films dans la distribution et l'exploitation

Module 16. Genres, formats et programmes télévisés

- 16.1. Le genre en télévision
 - 16.1.1. Introduction
 - 16.1.2. Genres de télévision
- 16.2. Format de télévision
 - 16.2.1. Approche du concept de format
 - 16.2.2. Formats de télévision
- 16.3. Créer la télévision
 - 16.3.1. Le processus créatif dans le domaine du divertissement
 - 16.3.2. Le processus créatif dans la fiction
- 16.4. Évolution des formats sur le marché international actuel I
 - 16.4.1. Consolidation du format
 - 16.4.2. Le format de la télé-réalité
 - 16.4.3. Nouveautés dans la *télé-réalité*
 - 16.4.4. La télévision numérique terrestre et la crise financière

- 16.5. Évolution des formats sur le marché international actuel II
 - 16.5.1. Marchés émergents
 - 16.5.2. Marques mondiales
 - 16.5.3. La télévision se réinvente
 - 16.5.4. L'ère de la mondialisation
- 16.6. Vendre le format. Le *pitching*
 - 16.6.1. Vendre un format de télévision
 - 16.6.2. Le *pitching*
- 16.7. Introduction à la programmation télévisuelle
 - 16.7.1. Le rôle de la programmation
 - 16.7.2. Facteurs affectant la programmation
- 16.8. Modèles de programmation télévisuelle
 - 16.8.1. États-Unis et Royaume-Uni
 - 16.8.2. Espagne
- 16.9. La pratique professionnelle de la programmation télévisuelle
 - 16.9.1. Le département de programmation
 - 16.9.2. Programmation pour la télévision
- 16.10. Recherche d'audience
 - 16.10.1. Recherche sur l'audience de la télévision
 - 16.10.2. Concepts d'audience et audimat

Module 17. L'audience audiovisuelle

- 17.1. Les publics dans les médias audiovisuels
 - 17.1.1. Introduction
 - 17.1.2. La constitution des audiences
- 17.2. L'étude des audiences: les traditions I
 - 17.2.1. Théorie des effets
 - 17.2.2. Théorie des usages et des gratifications
 - 17.2.3. Études culturelles
- 17.3. L'étude des publics: traditions II
 - 17.3.1. Études d'accueil
 - 17.3.2. Le public des études humanistes
- 17.4. Les publics dans une perspective économique
 - 17.4.1. Introduction
 - 17.4.2. Mesure de l'audience
- 17.5. Théories de la réception
 - 17.5.1. Introduction aux théories de la réception
 - 17.5.2. Approche historique des études de réception
- 17.6. Les publics dans le monde numérique
 - 17.6.1. Environnement numérique
 - 17.6.2. Culture de la communication et de la convergence
 - 17.6.3. La nature active des publics
 - 17.6.4. Interactivité et participation
 - 17.6.5. La transnationalité des publics
 - 17.6.6. Des publics fragmentés
 - 17.6.7. L'autonomie des publics
- 17.7. Auditions: les questions essentielles I
 - 17.7.1. Introduction
 - 17.7.2. Qui sont-ils?
 - 17.7.3. Pourquoi consomment-ils?
- 17.8. Publics: les questions essentielles II
 - 17.8.1. Que consomment-ils?
 - 17.8.2. Comment consomment-ils?
 - 17.8.3. Avec quels effets?
- 17.9. Le modèle de l'*engagement*
 - 17.9.1. L'*engagement* métadimension du comportement du public
 - 17.9.2. L'évaluation complexe de l'*engagement*

- 17.10. Le modèle de l'engagement
 - 17.10.1. Introduction Les dimensions de l'engagement
 - 17.10.2. L'engagement et expériences des utilisateurs
 - 17.10.3. L'engagement comme réponse émotionnelle du public
 - 17.10.4. L'engagement comme résultat de la cognition humaine
 - 17.10.5. Comportements observables du public comme expression de l'engagement

Module 18. Scénario de télévision: programmes et fictions

- 18.1. Récit télévisé
 - 18.1.1. Concepts et limites
 - 18.1.2. Codes et structures
- 18.2. Les catégories narratives à la télévision
 - 18.2.1. Énonciation
 - 18.2.2. Personnages
 - 18.2.3. Actions et transformations
 - 18.2.4. L'espace
 - 18.2.5. Le temps
- 18.3. Genres et formats de télévision
 - 18.3.1. Unités narratives
 - 18.3.2. Genres et formats de télévision
- 18.4. Formats de fiction
 - 18.4.1. Fiction télévisée
 - 18.4.2. Sitcoms
 - 18.4.3. Série dramatique
 - 18.4.4. Les feuilletons
 - 18.4.5. Autres formats
- 18.5. Le scénario de fiction pour la télévision
 - 18.5.1. Introduction
 - 18.5.2. La technique
- 18.6. Drame à la télévision
 - 18.6.1. La série dramatique
 - 18.6.2. Les feuilletons



- 18.7. Les séries comiques
 - 18.7.1. Introduction
 - 18.7.2. La *sitcom*
- 18.8. Le scénario de divertissement
 - 18.8.1. Le script étape par étape
 - 18.8.2. Écrire pour dire
- 18.9. Écrire le scénario du divertissement
 - 18.9.1. Réunion sur le scénario
 - 18.9.2. Scénario technique
 - 18.9.3. Répartition de la production
 - 18.9.4. Le résumé
- 18.10. Conception de scénarios de divertissement
 - 18.10.1. Magazine
 - 18.10.2. Programme d'humour
 - 18.10.3. *Talent show*
 - 18.10.4. Documentaire
 - 18.10.5. Autres formats

“

Un contenu innovant qui vous permettra d'accéder rapidement à des postes de direction dans l'audiovisuel"

06

Méthodologie

Ce programme de formation offre une manière différente d'apprendre. Notre méthodologie est développée à travers un mode d'apprentissage cyclique: **el Relearning**.

Ce système d'enseignement est utilisé, par exemple, dans les écoles de médecine les plus prestigieuses du monde et a été considéré comme l'un des plus efficaces par des publications de premier plan telles que le **New England Journal of Medicine**.





“

Découvrez le Relearning, un système qui abandonne l'apprentissage linéaire conventionnel pour vous emmener à travers des systèmes d'enseignement cycliques: une façon d'apprendre qui s'est avérée extrêmement efficace, en particulier dans les matières qui nécessitent une mémorisation"

À TECH, nous utilisons la méthode des cas

Notre programme propose une méthode révolutionnaire de développement des compétences et des connaissances. Notre objectif est de renforcer les compétences dans un contexte changeant, compétitif et exigeant.

“

Avec TECH, vous pourrez découvrir une façon d'apprendre qui fait avancer les fondations des universités traditionnelles du monde entier”



Vous bénéficierez d'un système d'apprentissage basé sur la répétition, avec un enseignement naturel et progressif sur l'ensemble du cursus.



L'étudiant apprendra, par le biais d'activités collaboratives et de cas réels, à résoudre des situations complexes dans des environnements commerciaux réels.

Une méthode d'apprentissage innovante et différente

Cette formation TECH est un programme d'enseignement intensif, créé de toutes pièces, qui propose les défis et les décisions les plus exigeants dans ce domaine, tant au niveau national qu'international. Grâce à cette méthodologie, l'épanouissement personnel et professionnel est stimulé, faisant ainsi un pas décisif vers la réussite. La méthode des cas, technique qui constitue la base de ce contenu, permet de suivre la réalité économique, sociale et professionnelle la plus actuelle.



Notre programme vous prépare à relever de nouveaux défis dans des environnements incertains et à réussir votre carrière"

La méthode du cas a été le système d'apprentissage le plus utilisé dans les meilleures écoles de commerce du monde depuis qu'elles existent. Développée en 1912 pour que les étudiants en Droit n'apprennent pas seulement le droit sur la base d'un contenu théorique, la méthode des cas consiste à leur présenter des situations réelles complexes afin qu'ils prennent des décisions éclairées et des jugements de valeur sur la manière de les résoudre. Elle a été établie comme méthode d'enseignement standard à Harvard en 1924.

Face à une situation donnée, que doit faire un professionnel? C'est la question à laquelle nous vous confrontons dans la méthode des cas, une méthode d'apprentissage orientée vers l'action. Pendant 4 ans, vous serez confronté à de multiples cas réels. Vous devrez intégrer toutes vos connaissances, faire des recherches, argumenter et défendre vos idées et vos décisions.

Relearning Methodology

TECH combine efficacement la méthodologie des études de cas avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la répétition, qui associe 8 éléments didactiques différents dans chaque leçon.

Nous enrichissons l'Étude de Cas avec la meilleure méthode d'enseignement 100% en ligne: le Relearning.

En 2019, nous avons obtenu les meilleurs résultats d'apprentissage de toutes les universités en ligne du monde.



À TECH, vous apprendrez avec une méthodologie de pointe conçue pour former les managers du futur. Cette méthode, à la pointe de la pédagogie mondiale, est appelée Relearning.

Notre université est actuellement université hispanophone à posséder la licence l'autorisant à utiliser la méthode d'apprentissage Relearning. En 2019, nous avons réussi à améliorer les niveaux de satisfaction globale de nos étudiants (qualité de l'enseignement, qualité des supports, structure des cours, objectifs...) par rapport aux indicateurs de la meilleure université en ligne.



Dans notre programme, l'apprentissage n'est pas un processus linéaire mais il se déroule en spirale (nous apprenons, désapprenons, oublions et réapprenons). Par conséquent, ils combinent chacun de ces éléments de manière concentrique. Grâce à cette méthodologie, nous avons formé plus de 650.000 diplômés universitaires avec un succès sans précédent et ce dans toutes les spécialités aussi divers que la biochimie, la génétique, la chirurgie, le droit international, les compétences en matière de gestion, les sciences du sport, la philosophie, le droit, l'ingénierie, le journalisme, l'histoire ou les marchés et instruments financiers. Tout cela dans un environnement très exigeant, avec un corps étudiant universitaire au profil socio-économique élevé et dont l'âge moyen est de 43,5 ans.

Le Relearning vous permettra d'apprendre plus facilement et de manière plus productive tout en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant des opinions: une équation directe vers le succès.

À partir des dernières preuves scientifiques dans le domaine des neurosciences, non seulement nous savons comment organiser les informations, les idées, les images et les souvenirs, mais nous savons aussi que le lieu et le contexte dans lesquels nous avons appris quelque chose sont fondamentaux pour notre capacité à nous en souvenir et à le stocker dans l'hippocampe, pour le conserver dans notre mémoire à long terme.

De cette façon, et dans ce que l'on appelle Neurocognitive context-dependent e-learning les différents éléments de notre programme sont liés au contexte dans lequel le participant développe sa pratique professionnelle.

Dans ce programme, vous aurez accès aux meilleurs supports pédagogiques élaborés spécialement pour vous:



Support d'étude

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseignent les cours. Ils ont été conçus en exclusivité pour la formation afin que le développement didactique soit vraiment spécifique et concret.

Ces contenus sont ensuite appliqués au format audiovisuel, pour créer la méthode de travail TECH en ligne. Tout cela, élaboré avec les dernières techniques afin d'offrir des éléments de haute qualité dans chacun des supports qui sont mis à la disposition de l'apprenant.



Cours magistraux

Il existe de nombreux faits scientifiques prouvant l'utilité de l'observation par un tiers expert.

La méthode "Learning from an Expert" renforce les connaissances et la mémoire, et génère de la confiance pour les futures décisions difficiles.



Pratique des aptitudes et des compétences

Vous réaliserez des activités de développement des compétences et des compétences spécifiques dans chaque domaine thématique. Pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et aptitudes qu'un spécialiste doit développer dans le cadre de la mondialisation dans laquelle nous vivons.



Bibliographie complémentaire

Articles récents, documents de consensus, guides internationaux et autres supports. Dans la bibliothèque virtuelle de TECH, l'étudiant aura accès à tout ce dont il a besoin pour compléter sa formation.





Case Studies

Ils réaliseront une sélection des meilleures études de cas choisies spécifiquement pour ce diplôme. Des cas présentés, analysés et tutorés par les meilleurs spécialistes de la scène internationale.



Résumés interactifs

Nous présentons les contenus de manière attrayante et dynamique dans des dossiers multimédias comprenant des fichiers audios, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de consolider les connaissances.

Ce système unique de formation à la présentation de contenus multimédias a été récompensé par Microsoft en tant que "European Success Story".



Testing & Retesting

Nous évaluons et réévaluons périodiquement vos connaissances tout au long du programme, par le biais d'activités et d'exercices d'évaluation et d'auto-évaluation: vous pouvez ainsi constater vos avancées et savoir si vous avez atteint vos objectifs.



07 Diplôme

Le Mastère Avancé en Encadrement Supérieur de l'Industrie Audiovisuelle vous garantit, en plus de la formation la plus rigoureuse et la plus actuelle, l'accès à un diplôme universitaire de Mastère Avancé délivré par TECH Université Technologique.



“

*Terminez ce programme avec succès
et recevez votre diplôme universitaire
sans avoir à vous soucier des
contraintes de déplacements ou des
formalités administratives”*

Ce **Mastère Avancé en Encadrement Supérieur de l'Industrie Audiovisuelle** contient le programme le plus complet et le plus actuel du marché.

Après avoir réussi l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier postal* avec accusé de réception son correspondant diplôme de **Mastère Avancé** délivré par TECH Université Technologique.

Le diplôme délivré par **TECH Université Technologique** indiquera la note obtenue lors du Mastère Avancé, et répond aux exigences communément demandées par les bourses d'emploi, les concours et les commissions d'évaluation des carrières professionnelles

Diplôme: **Mastère Avancé en Encadrement Supérieur de l'Industrie Audiovisuelle**

N.º d'heures officielles: **3.000 h.**



*Si l'étudiant souhaite que son diplôme version papier possède l'Apostille de La Haye, TECH EDUCATION fera les démarches nécessaires pour son obtention moyennant un coût supplémentaire.

future

santé confiance personnes

éducation information tuteurs

garantie accréditation enseignement

institutions technologie apprentissage

communauté engagement

service personnalisé innovation

connaissance présent qualité

en ligne formation

développement institutions

classe virtuelle langues

tech université
technologique

Mastère Avancé Encadrement Supérieur de l'Industrie Audiovisuelle

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 2 ans
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Mastère Avancé

Encadrement Supérieur de l'Industrie Audiovisuelle