

专科文凭

听众和视听产品的接受情况



## 专科文凭

### 听众和视听产品的接受情况

- » 模式:在线
- » 时间:6个月
- » 学历:TECH科技大学
- » 时间:16小时/周
- » 时间表:按你方便的
- » 考试:在线

网络访问: [www.techitute.com/cn/journalism-communication/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-audiences-reception-audiovisual-product](http://www.techitute.com/cn/journalism-communication/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-audiences-reception-audiovisual-product)

# 目录

01

介绍

---

4

02

目标

---

8

03

结构和内容

---

12

04

方法

---

18

05

学位

---

26

# 01 介绍

了解公众, 公众的演变以及公众在视听消费方面不断变化的身份, 是确保这个行业的任何产品对观众产生预期影响的关键因素。该课程将带领学生在这一学科和与视听产品接收相关的学科中进行最完整的学习, 并达到最高质量的程度; 这是所有技术课程的标志。



“

学会理解和认识视听公众的消费流,并将这一领域产生成功产品的能力带到你的工作中”

任何视听产品的诞生都是以被观众消费为目的的。这成为推动整个项目建设的挑战,并在每个场合动态地进行配置。

这种动态性是基于公众随着时间的推移所表现出来的不断变化的消费流,它决定了不同部门的品味。视听产品被迫不断适应这些情况,以便能够达到预期目标。

在整个学位课程中,我们将分析公众和观众的这种行为是如何配置的,以及这个部门的专业人员必须进行哪些调整 and 适应,以创造有竞争力的优质产品。

“

观众不可避免的独裁,揭开了视听专业人士为了竞争而必须了解的所有方面”

这个**听众和视听产品的接受情况**包含了市场上最完整和最新的课程。主要特点是:

- ◆ 学习软件的最新科技
- ◆ 强烈的视觉教学系统,由易于吸收和理解的图形和示意图内容支持
- ◆ 专家提出的案例学习
- ◆ 最先进的互动视频系统
- ◆ 由远程实践支持的教学
- ◆ 持续更新和再培训系统
- ◆ 自我调节的学习:与其他职业完全兼容
- ◆ 用于自我评估和验证学习效果的实际练习
- ◆ 支持小组和教育协同:向专家提问,讨论论坛和知识
- ◆ 与老师的沟通和个人的反思工作
- ◆ 可以从任何有互联网连接的固定或便携式设备上获取内容
- ◆ 即使在课程结束后,也可以永久地获得补充文件库

“

一个有背景的, 真实的学习,  
将使你通过新的技能和能力  
将你的学习付诸实践”

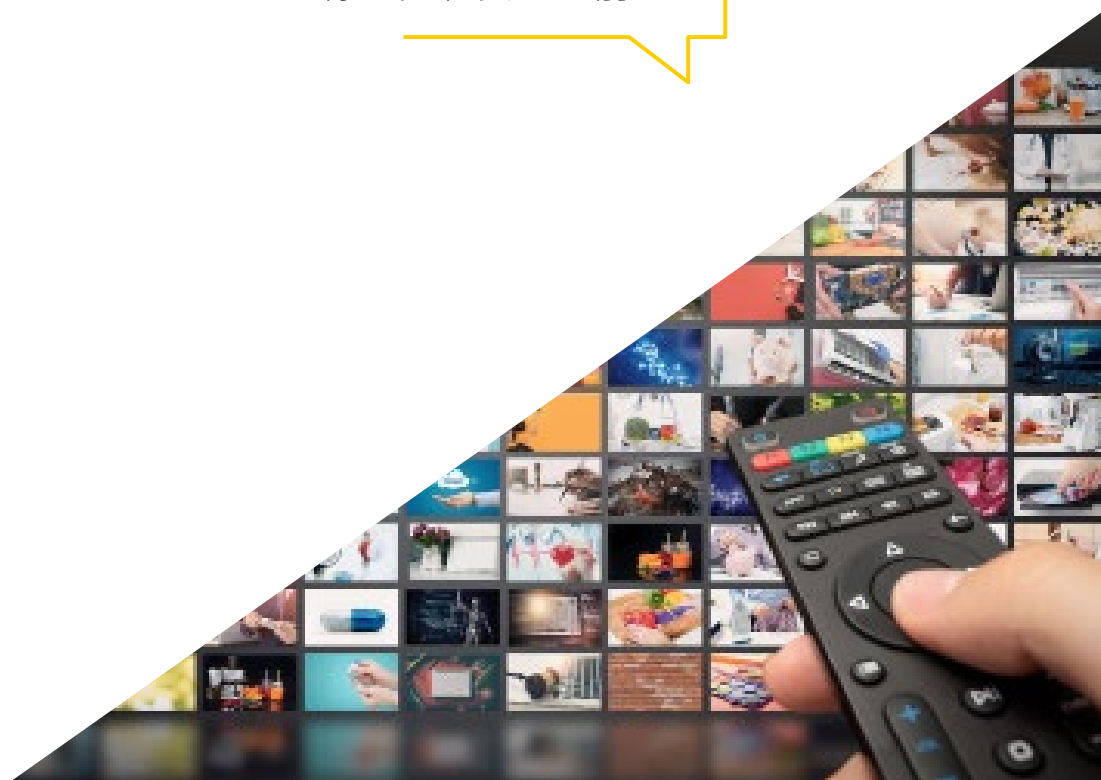
听众和视听产品接受的研究  
对这一领域的专业人士来说  
是一个非常有趣的培训。

一个实用和真实的课程, 将使  
你逐步和安全地前进。

我们的教学人员是由活跃的专业人士组成的。通过这种方式, TECH确保为您提供您正在寻找的更新目标。一个由不同环境中训练有素和经验丰富的专业教师人员组成的多学科团队, 他们将以有效, 的方式发展理论知识, 但最重要的是, 他们将把从自己的经验中获得的实践知识服务于该课程: 这是该培训的一个与众不同的品质。

课程的方法设计的有效性课程的掌握相辅相成。由一个多学科的网络学习 专家团队开发并整合了教育技术的最新进展。通过这种方式, 你将能够利用一系列方便又多功能的多媒体工具进行学习, 让你在培训过程进行操作。

该课程的设计是基于问题的侧重于方法将学习变成一个明显的实践过程。为了远程实现这一目标, 我们将使用远程练习: 在创新的互动视频系统的帮助下, 从专家那里学习, 研究将能够能够获得知识, 就像实地学习一样。一个能让你以更现实和持久的方式整合和固定学习的概念。



# 02 目标

TECH为其每个课程设定的目标教育都集中在实现对学生发展的全球推动,不仅是在学术领域,在最高质量标准方面,而且在个人领域。为此,我们提供了一个刺激和灵活的发展,使学生能够实现有效完成其目标的满足。





“

以高效和刺激的方式学习，  
以具有巨大教育影响的课  
程质量实现你的职业目标”

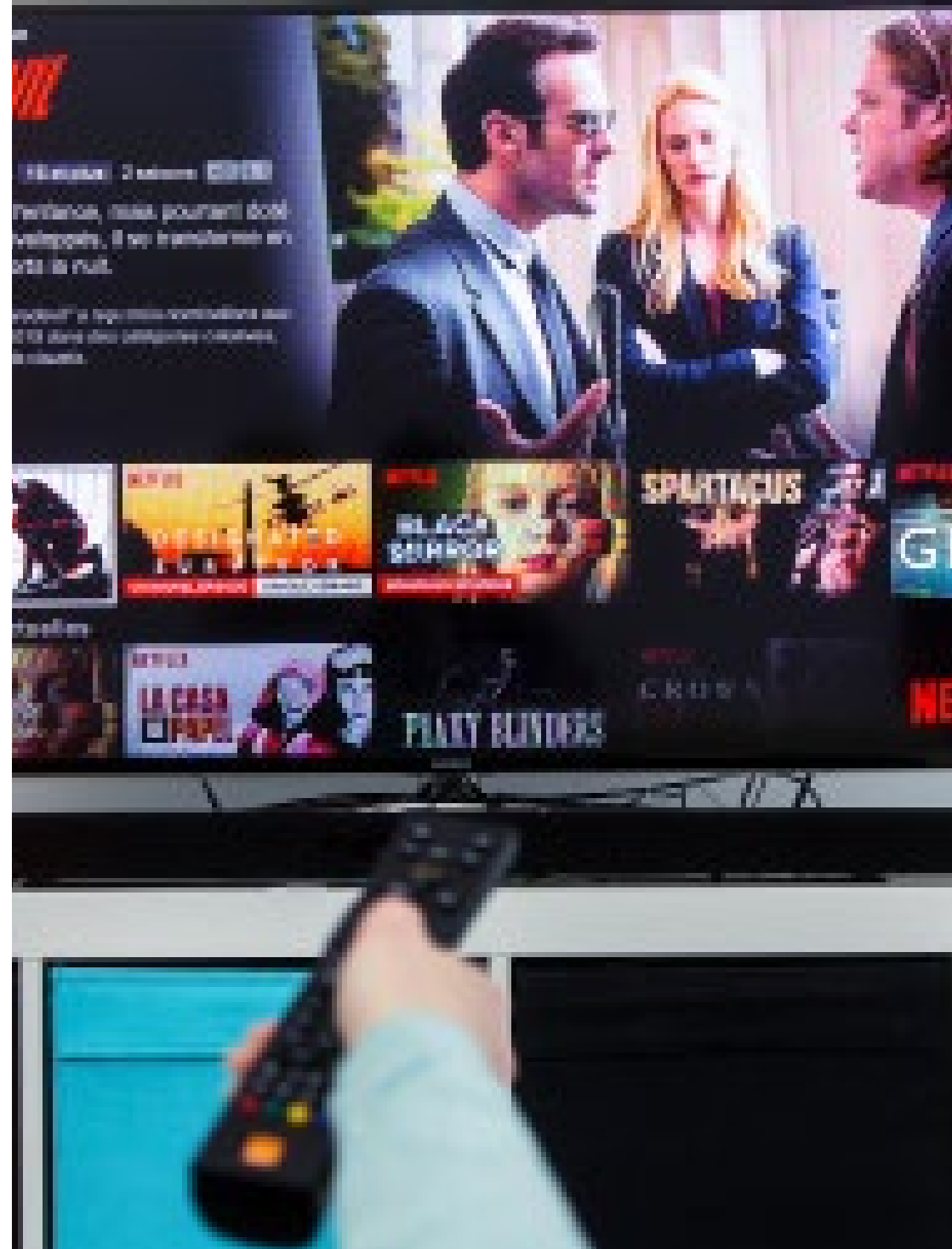


## 总体目标

- 了解消费流在视听产品中的作用
- 研究观众和他们在视听产品中的权力
- 发展视听产品接收的不同方面

“

我们通过这所大学的听众和视听产品接收专家来促进你的专业成长,用最高质量的教育产品来支持你的发展”





## 具体目标

### 模块1.文化产业和新的传播商业模式

- ◆ 研究文化产业在数字网络的供应和消费方面所发生的转变,包括其经济,政治和社会文化方面
- ◆ 深入研究数字环境对新闻公司和其他传统文化产业的商业模式带来的挑战
- ◆ 分析和设计有助于改善管理和决策过程的创新战略,并根据受众和广告商的需求开发新闻产品
- ◆ 了解数字环境中新企业的战略,人力,物力和技术资源的组织和管理过程的变化

### 模块2.视听产品的管理和推广

- ◆ 知道在当代社会中支配视听产品的发行,商业化和传播的基本概念
- ◆ 确定不同的视听展览窗口并监督推销
- ◆ 了解视听项目开发和后续发行中的执行生产策略
- ◆ 通过其在不同的当代视听媒体中的反响,确定视听作品的营销设计
- ◆ 了解电影节的历史和当代问题
- ◆ 识别电影节的不同类别和模式

### 模块3.视听受众

- ◆ 在理论层面上,了解致力于视听接收的研究潮流
- ◆ 确定研究视听接收的不同方式之间的现有差异,以及该问题的现状
- ◆ 了解社会网络的功能,作为当前视听环境的一个基本组成部分
- ◆ 了解受众和内容之间的联系
- ◆ 有能力理解数字化带来的转变

### 模块4.电影,电视和当代社会

- ◆ 识别当代电视和电影中表现模式的主要趋势
- ◆ 在面对视听媒体中不同表现模式的创作和分析过程时,培养批判性推理能力
- ◆ 区分和研究社会文化进程及其对视听表现程序的影响
- ◆ 从社会,文化和美学的角度理解并批判性地分析当代电影作品
- ◆ 学习分析电影和电视作为社会表征和意义生产的产生者的理论和方法学基础
- ◆ 获得区分和批判性分析当代电影和电视在其社会背景和文化维度中所发生的突变的能力

# 03

## 结构和内容

该课程的教学大纲被配置为一个完整的旅游, 通过每一个必要的知识来了解和承担这个领域的工作方式。以注重实际应用的方式, 让学生从培训的第一时间就能成长为一名专业人士。



“

一个全面的课程侧重于获取知识并将其转化为真正的技能, 为推动你走向卓越而创建”

## 模块1.文化产业和新的传播商业模式

- 1.1. 工艺文化的商品化
  - 1.1.1. 从现场表演到视觉艺术
  - 1.1.2. 博物馆和遗产
  - 1.1.3. 城市
- 1.2. 技术,通信和文化
  - 1.2.1. 技术, IC 和社交沟通技术与乌托邦
- 1.3. CI结构:经济性质
  - 1.3.1. 提供
  - 1.3.2. 创意作品和知识产权
  - 1.3.3. 消耗
- 1.4. IC 的主要部门
  - 1.4.1. 出版产品
  - 1.4.2. 流动的C.I.
  - 1.4.3. 混合模式
- 1.5. I.C. 的全球化和多样性
  - 1.5.1. 专注; C.I.的国际化 and 全球化
  - 1.5.2. 争取多样性的斗争及其向信息社会的演变
- 1.6. IC 的数字时代
  - 1.6.1. 在线/离线发布商品
  - 1.6.2. 流动的C.I.
  - 1.6.3. 数字时代的新模式:数字版权及其问题
  - 1.6.4. 免费文化和知识共享许可
  - 1.6.5. 低成本视听项目创作中的创造力和创新
  - 1.6.6. 什么是低成本视听内容?
  - 1.6.7. 众筹和互联网的中心地位



- 1.7. 文化政策与合作
  - 1.7.1. 国家和国家地区的作用 (欧盟, 南方共同市场, 自由贸易协定)
- 1.8. 媒体面临数字化的挑战与商机
- 1.9. 数字媒体和数字时代的媒体 I
  - 1.9.1. 在线新闻业务: 挑战和问题。规划方法和数字环境下新闻公司决策项目的控制和控制
  - 1.9.2. 数字环境下信息产品开发策略的创新和设计以及管理和决策流程的改进
  - 1.9.3. 数字环境中的广播
- 1.10. 数字媒体和数字时代的媒体 II
  - 1.10.1. 数字媒体中的新广告管理关键。时间和空间管理的参数更改。病毒式营销和品牌内容
  - 1.10.2. 数字时代媒体的特殊性: 新兴商业。博客圈和社交网络的业务。新的消费者和用户。市场定位策略的信息
  - 1.10.3. 网络小说: 网络连续剧

“

按照自己的节奏学习, 以一种舒适和真实的方式将学习与其他职业结合起来的灵活课程”

## 模块2.视听产品的管理和推广

- 2.1. 视听传播
  - 2.1.1. 简介
  - 2.1.2. 分布演员
  - 2.1.3. 营销产品
  - 2.1.4. 视听传播的领域
  - 2.1.5. 全国分布
  - 2.1.6. 国际分布
- 2.2. 分销公司
  - 2.2.1. 组织结构
  - 2.2.2. 谈判分销合同
  - 2.2.3. 国际客户
- 2.3. 运营窗口, 合同和国际销售
  - 2.3.1. 操作窗口
  - 2.3.2. 国际分销合同
  - 2.3.3. 国际销售
- 2.4. 电影营销
  - 2.4.1. 电影营销
  - 2.4.2. 电影生产价值链
  - 2.4.3. 为宣传服务的广告媒体
  - 2.4.4. 启动工具
- 2.5. 电影院的市场研究
  - 2.5.1. 简介
  - 2.5.2. 预生产阶段
  - 2.5.3. 后期制作阶段
  - 2.5.4. 营销阶段
- 2.6. 社会网络和电影宣传
  - 2.6.1. 简介
  - 2.6.2. 社交媒体的承诺和限制
  - 2.6.3. 目标及其测量
  - 2.6.4. 促销日历和战略
  - 2.6.5. 解释网络所说的内容
- 2.7. 互联网上的视听传播I
  - 2.7.1. 视听传播的新天地
  - 2.7.2. 互联网上的传播过程
  - 2.7.3. 新形势下的产品和可能性
  - 2.7.4. 新的分配模式
- 2.8. 互联网上的视听传播II
  - 2.8.1. 新方案的关键
  - 2.8.2. 互联网传播的危险性
  - 2.8.3. 视频点播(VOD)作为一个新的发行窗口
- 2.9. 分配的新空间
  - 2.9.1. 简介
  - 2.9.2. Netflix革命
- 2.10. 电影节
  - 2.10.1. 简介
  - 2.10.2. 电影节在发行和放映中的作用



## 模块3.视听听众

- 3.1. 接受理论一
  - 3.1.1. 接收理论介绍
  - 3.1.2. 接受研究中的第一批潮流
- 3.2. 接受理论II
  - 3.2.1. 接受理论的范式转变
  - 3.2.2. 分析视听受众的理论建议: Janet Staiger的贡献
- 3.3. 电影观众 I
  - 3.3.1. 在美国的演变
  - 3.3.2. 应用案例研究
- 3.4. 电视观众 I
  - 3.4.1. 为什么要研究它们?
  - 3.4.2. 受众测量:传统的定量研究
  - 3.4.3. 数字环境中的限制和危机
- 3.5. 电视观众 II
  - 3.5.1. 观众后互联网和 DTT 上的公众测量
  - 3.5.2. 迈向新的分析模式:融合文化
- 3.6. 今天的公众和观众
  - 3.6.1. 受众和少数群体:性别,性取向和种族/民族对媒体的影响
  - 3.6.2. 受众概念的新方法:民族志,粉丝圈,社区,跨媒体,跨文本性
  - 3.6.3. 粉丝行为
- 3.7. 今天的公众和观众 II
  - 3.7.1. 电影明星观众
  - 3.7.2. 邪教电影/连续剧观众
  - 3.7.3. 从电影院到家庭:集体和个人的观看体验
  - 3.7.4. 暴力,恐怖和色情图像对观看者的影响
  - 3.7.5. 视听查看器中的记忆位置
- 3.8. 应用研究 I
  - 3.8.1. 《金发维纳斯》(约瑟夫·冯·斯滕伯格, 1932 年)的接待:对粉丝的审查
  - 3.8.2. 《发条橙》(斯坦利·库布里克, 1971)在美国的好评
- 3.9. 应用研究 II
  - 3.9.1. 沉默的羔羊(乔纳森·戴米, 1991): 为美国同性恋和女权主义群体创造文化意义
  - 3.9.2. 《权力的游戏》观众/《权力的游戏》(HBO, 2011-2019): 粉丝文化的横向性和全球化

## 模块4电影,电视和当代社会

- 4.1. 身份
  - 4.1.1. 原始世界中的身份
  - 4.1.2. 中世纪世界的身份
  - 4.1.3. 现代的身份
  - 4.1.4. 后现代的身份
- 4.2. 代表性
  - 4.2.1. 表现和视觉文化
  - 4.2.2. 贯穿历史的代表性
  - 4.2.3. 图像的工具价值
- 4.3. 集体身份:国家和工人阶级
  - 4.3.1. 现代世界的集体代表:民族之钥
  - 4.3.2. 现代性中集体身份的表现:他者
  - 4.3.3. eliminar
  - 4.3.4. 英国的免费电影和工人阶级的合法化。后果
- 4.4. 男性气质的图像
  - 4.4.1. 人在现代性中的表现
  - 4.4.2. 电影和电视中的新男性气质
- 4.5. 性别认同和跨性别认同的表现
  - 4.5.1. 性取向和跨性别身份:电影和电视之旅
- 4.6. 代际危机
  - 4.6.1. 青春期,中年危机,新存在主义
- 4.7. 情侣和关系
  - 4.7.1. 液体的爱
- 4.8. 经济危机表征与美国梦回顾
  - 4.8.1. 金钱,名望,白手起家的形象
- 4.9. 电影和电视中对恐怖主义的描绘
  - 4.9.1. 从禁忌到戏仿

# 04 方法

这个培训计划提供了一种不同的学习方式。我们的方法是通过循环的学习模式发展起来的:再学习。

这个教学系统被世界上一些最著名的医学院所采用,并被新英格兰医学杂志等权威出版物认为是最有效的教学系统之一。





“

发现再学习, 这个系统放弃了传统的线性学习, 带你体验循环教学系统: 这种学习方式已经证明了其巨大的有效性, 尤其是在需要记忆的科目中”

## 案例研究, 了解所有内容的背景

我们的方案提供了一种革命性的技能和知识发展方法。我们的目标是在一个不断变化, 竞争激烈和高要求的环境中加强能力建设。

“

和TECH,你可以体验到一种正在动摇  
世界各地传统大学基础的学习方式”



你将进入一个以重复为基础的学习系, 在  
整个教学大纲中采用自然和渐进式教学。



学生将通过合作活动和真实案例，学习如何解决真实商业环境中的复杂情况。

### 一种创新并不同的学习方法

该技术课程是一个密集的教学计划，从零开始，提出了该领域在国内和国际上最苛刻的挑战和决定。由于这种方法，个人和职业成长得到了促进，向成功迈出了决定性的一步。案例法是构成这一内容的技术基础，确保遵循当前经济，社会和职业现实。

“我们的课程使你准备好在不确定的环境中面对新的挑战，并取得事业上的成功”

在世界顶级商学院存在的时间里，案例法一直是最广泛使用的学习系统。1912年开发的案例法是为了让法律学生不仅在理论内容的基础上学习法律，案例法向他们展示真实的复杂情况，让他们就如何解决这些问题作出明智的决定和价值判断。1924年，它被确立为哈佛大学的一种标准教学方法。

在特定情况下，专业人士应该怎么做？这就是我们在案例法中面临的问题，这是一种以行动为导向的学习方法。在整个课程中，学生将面对多个真实案例。他们必须整合所有的知识，研究，论证和捍卫他们的想法和决定。



## 再学习方法

TECH有效地将案例研究方法与基于循环的100%在线学习系统相结合,在每节课中结合了8个不同的教学元素。

我们用最好的100%在线教学方法加强案例研究:再学习。

在2019年,我们取得了世界上所有西班牙语在线大学中最好的学习成绩。

在TECH,你将采用一种旨在培训未来管理人员的尖端方法进行学习。这种处于世界教育学前沿的方法被称为再学习。

我校是唯一获准使用这一成功方法的西班牙语大学。2019年,我们成功地提高了学生的整体满意度(教学质量,材料质量,课程结构,目标.....),与西班牙语最佳在线大学的指标相匹配。



在我们的方案中,学习不是一个线性的过程,而是以螺旋式的方式发生(学习,解除学习,忘记和重新学习)。因此,我们将这些元素中的每一个都结合起来。这种方法已经培养了超过65万名大学毕业生,在生物化学,遗传学,外科,国际法,管理技能,体育科学,哲学,法律,工程,新闻,历史,金融市场和工具等不同领域取得了前所未有的成功。所有这些都是在一个高要求的环境中进行的,大学学生的社会经济状况很好,平均年龄为43.5岁。

再学习将使你的学习事半功倍,表现更出色,使你更多地参与到训练中,培养批判精神,捍卫论点和对比意见:直接等同于成功。

从神经科学领域的最新科学证据来看,我们不仅知道如何组织信息,想法,图像y记忆,而且知道我们学到东西的地方和背景,这是我们记住它并将其储存在海马体的根本原因,并能将其保留在长期记忆中。

通过这种方式,在所谓的神经认知背景依赖的电子学习中,我们课程的不同元素与学员发展其专业实践的背景相联系。



该方案提供了最好的教育材料, 为专业人士做了充分准备:



### 学习材料

所有的教学内容都是由教授该课程的专家专门为该课程创作的, 因此, 教学的发展是具体的。

然后, 这些内容被应用于视听格式, 创造了TECH在线工作方法。所有这些, 都是用最新的技术, 提供最高质量的材料, 供学生使用。



### 大师课程

有科学证据表明第三方专家观察的有用性。

向专家学习可以加强知识和记忆, 并为未来的困难决策建立信心。



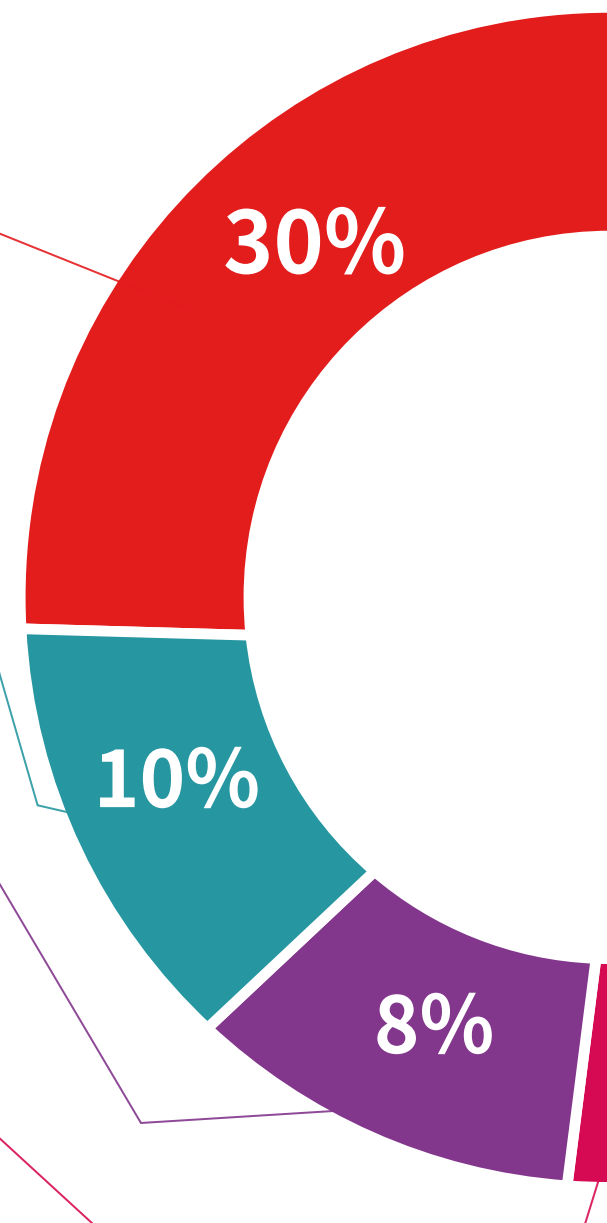
### 技能和能力的实践

你将开展活动以发展每个学科领域的具体能力和技能。在我们所处的全球化框架内, 我们提供实践和氛围帮你取得成为专家所需的技能和能力。



### 延伸阅读

最近的文章, 共识文件和国际准则等。在TECH的虚拟图书馆里, 学生可以获得他们完成培训所需的一切。







### 案例研究

他们将完成专门为这个学位选择的最佳案例研究。由国际上最好的专家介绍,分析和辅导案例。



### 互动式总结

TECH团队以有吸引力和动态的方式将内容呈现在多媒体中,其中包括音频,视频,图像,图表和概念图,以强化知识。  
这个用于展示多媒体内容的独特教育系统被微软授予“欧洲成功案例”称号。



### 测试和循环测试

在整个课程中,通过评估和自我评估活动和练习,定期评估和重新评估学习者的知识:通过这种方式,学习者可以看到他/她是如何实现其目标的。



# 05 学位

听众和视听产品的接受情况专科文凭除了保证最严格和最新的培训外,还可以获得由TECH科技大学颁发的专科文凭学位证书。



“

成功地完成这一项目,并获得你的大学学位,没有旅行或行政文书的麻烦”

这个听众和视听产品的接受情况校级硕士包含了市场上最完整和最新的课程。

评估通过后, 学生将通过邮寄收到TECH科技大学颁发的相应的校级硕士学位。

学位由TECH科技大学颁发, 证明在校级硕士学位中所获得的资质, 并满足工作交流, 竞争性考试和职业评估委员会的要求。

学位: 听众和视听产品的接受情况 专科文凭

官方学时: 600小时



健康 信心 未来 人 导师  
教育 信息 教学  
保证 资格认证 学习  
机构 社区 科技 承诺  
个性化的关注 现在 创新  
知识 网页 质量  
网上教室 发展 语言 机构

**tech** 科学技术大学

专科文凭

听众和视听产品的接受情况

- » 模式:在线
- » 时间:6个月
- » 学历:TECH科技大学
- » 时间:16小时/周
- » 时间表:按你方便的
- » 考试:在线

专科文凭

听众和视听产品的接受情况