

Advanced Master

Gestão Avançada da Indústria Audiovisual



Advanced Master Gestão Avançada da Indústria Audiovisual

- » Modalidade: online
- » Duração: 2 anos
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Créditos: 120 ECTS
- » Tempo Dedicado: 16 horas/semana
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online

Acesso ao site: www.techtitute.com/pt/videojogos/advanced-master/advanced-master-gestao-avancada-industria-audiovisual

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Competências

pág. 16

04

Direção do curso

pág. 18

05

Estrutura e conteúdo

pág. 24

06

Metodologia

pág. 38

07

Certificação

pág. 46

01

Apresentação

As empresas audiovisuais centradas na criação de jogos de vídeo têm vindo a registar um grande crescimento nos últimos anos. Cada vez mais pessoas estão a desfrutar desta opção de entretenimento nas suas casas e os seus avanços são tais que cada novo lançamento é visto como um evento entre os fãs. Por esta razão, as empresas precisam de saber como gerir o seu crescimento, ao mesmo tempo que confiam nas melhores equipas de gestão. Neste sentido, a TECH oferece aos estudantes a oportunidade de se especializarem em Gestão Avançada da Indústria Audiovisual, o que será sem dúvida uma vantagem competitiva no seu currículo que os ajudará a criar os seus próprios negócios ou a aceder a posições relevantes nas principais empresas do setor.



“

As empresas de videojogos mais bem sucedidas do mercado não só têm grandes equipas criativas, mas também gestores e executivos de alto nível. Esta qualificação ajudá-lo-á a tornar-se um deles"

A Indústria Audiovisual desenvolve-se em diferentes setores: cinema, televisão, séries, etc. Mas há um que tem vivido a sua era dourada nos últimos anos: os videojogos. Todos os anos, milhares de fãs esperam ser os primeiros a jogar os novos jogos principais. As suas estreias vieram a adquirir tanta expectativa como a de um filme de Hollywood e, de facto, esta indústria movimentou milhões de euros.

Como resultado, cada vez mais pessoas querem fazer do seu *hobbie* a sua profissão e estão a optar por se especializar em tudo relacionado com a criação de videojogos. De facto, perante esta grande oportunidade, a TECH decidiu criar a sua própria faculdade de videojogos, reunindo, numa única entidade, todos os programas académicos que são essenciais para os profissionais do setor. Neste caso, a instituição deu um passo em frente e não só pensou na importância de conceber e criar este tipo de entretenimento, mas também quer oferecer um programa específico sobre a gestão de topo. Assim, os estudantes não só adquirirão um amplo conhecimento de tudo o que envolve os videojogos e as Indústrias Audiovisuais, como também poderão realizar a gestão empresarial, graças aos conhecimentos específicos sobre *business administration*.

Desta forma, a combinação de ambas as áreas num único programa acrescentará valor ao seu currículo e formação, dando aos estudantes um conhecimento e compreensão geral do setor que lhes permitirá aceder a posições relevantes, com elevadas expectativas salariais, e graças ao qual poderão conduzir as suas empresas aos mais elevados padrões de qualidade, colocando-os entre os mais conhecidos do mercado.

O programa também combina perfeitamente conteúdos teóricos e práticos, dando a cada um a importância que merece e favorecendo a aprendizagem contextual, de tal forma que os estudantes, enquanto estudam, são confrontados com casos que podem encontrar em situações reais. Além disso, uma das principais vantagens deste programa é que poderão fazê-lo de forma 100% online, sem necessidade de deslocações ou horários específicos, pelo que serão os próprios estudantes a autogerir os seus estudos, planeando os seus horários e ritmo de aprendizagem, sendo muito útil para o poderem conciliar com o resto das suas obrigações diárias.

Este **Advanced Master em Gestão Avançada de Indústria Audiovisual** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado. As características que mais se destacam são:

- » Desenvolvimento de estudos de caso apresentados por especialistas no setor audiovisual
- » O conteúdo gráfico, esquemático e eminentemente prático do livro fornece informações teóricas e práticas sobre as disciplinas que são essenciais para a prática profissional
- » Exercícios práticos onde o processo de autoavaliação pode ser levado a cabo a fim de melhorar a aprendizagem
- » O seu foco especial nas metodologias inovadoras na gestão das empresas audiovisuais
- » Aulas teóricas, perguntas ao especialista, fóruns de discussão sobre questões controversas e atividades de reflexão individual
- » A disponibilidade de acesso ao conteúdo a partir de qualquer dispositivo fixo ou portátil com ligação à internet



Os videojogos de maior sucesso no mercado pertencem a indústrias audiovisuais de alto nível. Este Advanced Master dar-vos-á a oportunidade de aceder a eles e de ascender a posições de alta responsabilidade"

“

A indústria audiovisual exige profissionais com um elevado perfil de gestão, capazes de gerir empresas para as elevar aos mais altos padrões de qualidade”

O corpo docente do programa inclui profissionais do setor dos videojogos que trazem para este programa a experiência do seu trabalho, bem como especialistas reconhecidos de empresas de referência e universidades de prestígio.

Graças ao seu conteúdo multimédia, desenvolvido com a mais recente tecnologia educacional, o profissional terá acesso a uma aprendizagem situada e contextual, ou seja, um ambiente de simulação que proporcionará um estudo imersivo programado para se formar em situações reais.

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

A multiplicidade de estudos de casos neste Advanced Master será fundamental para aprender de uma forma mais didática e eficaz.

A TECH criou este Advanced Master de Videojogos para lhe oferecer os conteúdos mais recentes.



02 Objetivos

Este Advanced Master em Gestão Avançada da Indústria Audiovisual da TECH foi concebido para alargar a formação de desenhadores de videojogos neste campo. Desta forma, os estudantes terão acesso a conteúdos inovadores que serão fundamentais para o seu crescimento profissional. Um programa que vai desde aspetos específicos da gestão empresarial até aos conceitos mais avançados das indústrias audiovisuais. Isto resulta num perfil profissional altamente especializado, com ferramentas suficientes para gerir cada trabalho.



“

A indústria dos videogames está em plena expansão, pelo que a sua maior especialização lhe abrirá portas no setor”



Objetivos gerais

- » Desenvolver capacidades de liderança adequadas à gestão empresarial
- » Conhecer e saber gerir as áreas económico-financeiras da empresa
- » Alargar o conhecimento e a informação do estudante com um maior nível de profundidade no campo do jornalismo, embora, mais especificamente dentro do campo da Gestão da Indústria Audiovisual
- » Aprender a desempenhar funções neste campo num ambiente especializado e profissional



A Nintendo e a Ubisoft estão à procura de gestores com o perfil profissional que irão obter após completarem este Advanced Master”



Objetivos específicos

Módulo 1. Liderança, ética e RSC

- » Desenvolver as principais habilidades de liderança que devem definir os profissionais no ativo
- » Desenvolver as competências essenciais para gerir estrategicamente a atividade comercial das empresas

Módulo 2. Gestão estratégica e *Management* diretivo

- » Definir as últimas tendências na gestão empresarial, levando em conta o ambiente globalizado que rege os critérios da alta administração
- » Desenvolver estratégias para decisões de num ambiente complexo e instável, avaliando o seu impacto na empresa
- » Criar estratégias corporativas que definam os passos a serem seguidos pela empresa para se tornar mais competitiva e atingir os seus próprios objetivos

Módulo 3. Gestão de pessoas e gestão de talentos

- » Entender qual é a melhor maneira de administrar os recursos humanos da empresa, alcançando um melhor desempenho dos mesmos a favor dos benefícios da empresa

Módulo 4. Gestão económica e financeira

- » Compreender o cenário económico no qual a empresa se desenvolve e criar estratégias adequadas para se antecipar às mudanças
- » Ser capaz de administrar o plano económico e financeiro da empresa

Módulo 5. Gestão de operações e logística

- » Compreender as operações logísticas que são necessárias no ambiente empresarial a fim de desenvolver uma gestão adequada das mesmas

Módulo 6. Gestão dos sistemas de informação

- » Ser capaz de aplicar as tecnologias de informação e comunicação às diferentes áreas da empresa

Módulo 7. Gestão comercial, marketing e comunicação empresarial

- » Realizar estratégias de marketing que permitam divulgar o nosso produto aos nossos potenciais clientes e gerar uma imagem adequada da nossa empresa

Módulo 8. Inovação e gestão de projetos

- » Ser capaz de desenvolver todas as fases de uma ideia de negócio: projeto, plano de viabilidade, execução, acompanhamento
- » Criar estratégias inovadoras adequadas aos nossos projetos

Módulo 9. Jornalismo cultural

- » Ter as competências transversais e específicas necessárias para lidar com sucesso com a realidade do jornalismo cultural em diferentes campos
- » Conhecimento aprofundado da comunicação digital e do jornalismo cultural
- » Saber identificar, criar e desenvolver histórias com os diferentes pontos que as abrangem, marcadas pelo rigor e pela marca pessoal
- » Conhecer e desenvolver as diretrizes essenciais para a documentação em jornalismo cultural
- » Conhecer, compreender e identificar novas edições em jornalismo, cultura e web 3.0

- » Conhecer a utilização de redes sociais no âmbito do jornalismo cultural e dos géneros jornalísticos
- » Saber fazer uso da informação através dos meios de comunicação social e desenvolver um plano de comunicação
- » Desenvolver conteúdos específicos dentro do jornalismo cultural em termos de posicionamento

Módulo 10. Teoria e técnica da realização

- » Conhecer o ambiente de trabalho da equipa de produção: meios tecnológicos, rotinas técnicas e recursos humanos O papel do realizador em contextos profissionais: competências e responsabilidades
- » Conhecer a viagem criativa da ideia, desde o guião até ao produto no ecrã
- » Aprender o básico dos elementos da colocação em cena
- » Ser capaz de analisar e prever os meios necessários com base numa sequência
- » Adquirir a capacidade de planear sequências narrativas e documentais de acordo com os meios disponíveis
- » Conhecer as técnicas básicas de realização
- » Identificar e utilizar de forma adequada as ferramentas tecnológicas nas diferentes fases do processo audiovisual
- » Aprender a pôr em prática os elementos e processos fundamentais da narração de histórias audiovisuais
- » Conhecer as características, usos e necessidades de projetos audiovisuais multi-câmaras
- » Ser capaz de transferir programas de televisão do aparelho para o ecrã
- » Compreender as necessidades e vantagens do trabalho de equipa em projetos audiovisuais multicâmaras

Módulo 11. Estrutura do sistema audiovisual

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

Módulo 12. Produção audiovisual

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

Módulo 13. Realização de ficção e direção de atores

- » Proporcionar aos estudantes os fundamentos teóricos e técnicos, bem como as competências instrumentais para abordar, de um ponto de vista narrativo e estético, a produção de ficção audiovisual, em diferentes meios e tecnologias
- » Estudar os processos de criação, produção e pós-produção de obras audiovisuais (cinema, televisão), bem como os elementos básicos da narração (imagem e som)
- » Tratar adequadamente os modelos teóricos de construção narrativa, os mecanismos envolvidos na criação de histórias e a sua articulação através da encenação, edição e pós-produção
- » Conhecer a encenação integral das produções audiovisuais de cinema e televisão, assumir a responsabilidade pela direção dos atores e adaptar-se ao guião, plano de trabalho ou orçamento anterior
- » Ser capaz e hábil na direção/realização de filmes de acordo com um calendário, guião e plano de filmagem.
- » Relacionar o filme com outras artes pictóricas, tais como fotografia e pintura
- » Analisar as diferenças entre a realização para teatro e para cinema, a fim de compreender as particularidades das línguas
- » Conhecer os métodos interpretativos e a sua origem a fim de tornar a comunicação ator-diretor mais fluente

Módulo 14. Indústrias culturais e novos modelos empresariais de comunicação

- » Estudar as Transformações que tiveram lugar nas Indústrias Culturais na oferta e no consumo em Redes Digitais, nos seus Aspectos Económicos, Políticos e Socioculturais
- » Para aprofundar os desafios que o ambiente digital tem colocado aos modelos empresariais das empresas de jornalismo e outras indústrias culturais tradicionais
- » Analisar e conceber estratégias inovadoras que contribuam para a melhoria da gestão e dos processos de tomada de decisão, bem como para o desenvolvimento de produtos de informação em linha com as necessidades do público e dos anunciantes
- » Compreender as mudanças nos processos de organização e gestão dos recursos estratégicos, humanos, materiais e técnicos das novas empresas no ambiente digital

Módulo 15. Gestão e promoção de produtos audiovisuais

- » Conhecer os conceitos fundamentais que regem a Distribuição, Marketing e Divulgação de um Produto Audiovisual na Sociedade Contemporânea
- » Identificar as diferentes janelas de exposição audiovisual e monitorizar as amortizações
- » Compreender as estratégias de produção executiva no desenvolvimento e subsequente distribuição de projetos audiovisuais
- » Identificar a conceção de marketing de uma produção audiovisual através do seu impacto nos diferentes meios audiovisuais contemporâneos
- » Conhecer a história e os problemas contemporâneos dos festivais de cinema
- » Identificar as diferentes categorias e modalidades de festivais de cinema
- » Analisar e interpretar as lógicas económicas, culturais e estéticas dos festivais de cinema a nível local, nacional e global

Módulo 16. Géneros, formatos e programação televisiva

- » Conhecer o conceito de género como aplicado à produção de ficção e entretenimento televisivo
- » Distinguir e interpretar os vários géneros de produção de ficção e entretenimento televisivo e a sua evolução ao longo do tempo
- » Ter a capacidade de análise cultural, social e económica dos géneros televisivos como espinha dorsal da criação audiovisual e das práticas de consumo
- » Conhecer as modificações e hibridizações que ocorrem nos géneros de televisão no contexto da televisão contemporânea
- » Reconhecer os diferentes formatos no contexto da paisagem televisiva atual
- » Identificar as principais características de um formato, a sua estrutura, funcionamento e fatores de impacto
- » Saber interpretar, analisar e comentar um formato de televisão a partir de uma perspetiva profissional, estética e cultural

- » Conhecer as chaves teóricas e o contexto profissional, social e cultural da programação televisiva, com especial atenção à programação televisiva no modelo televisivo espanhol
- » Conhecimento das principais técnicas e processos da programação televisiva generalista
- » Compreender e analisar criticamente os processos da oferta televisiva, a sua evolução e a realidade atual, em relação ao fenómeno da receção e aos contextos sociais e culturais em que esta é produzida

Módulo 17. Publicidade audiovisual

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

Módulo 18. Escrita de guiões para televisão: programas e ficção

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

03

Competências

Após a conclusão deste Advanced Master, os estudantes serão qualificados para gerir empresas da indústria audiovisual especializadas no setor dos jogos de vídeo. Desta forma, adquirirão as competências específicas que lhes permitirão controlar todas as facetas da empresa, desde as mais empreendedoras, tais como a gestão económica, até às mais criativas. Desta forma, obterão um perfil académico e profissional que terá opções significativas de empregabilidade no mercado de trabalho.





“

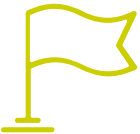
Se é apaixonado por videogames, este programa dar-lhe-á as chaves para gerir as empresas mais importantes do setor”



Competências gerais

- » Controlar os diferentes departamentos da empresa para alcançar os objetivos comuns da empresa
- » Gerir adequadamente os recursos humanos da empresa
- » Desenvolver a gestão global de um projeto de comunicação audiovisual em todas e cada uma das suas facetas
- » Aplicar as estratégias mais adequadas para promover o crescimento da Empresa Audiovisual





Competências específicas

- » Realizar uma gestão global da empresa, aplicando técnicas de liderança que influenciem o desempenho dos trabalhadores, de modo a que os objetivos da empresa sejam alcançados
- » Ser parte e liderar a estratégia empresarial e competitiva da empresa
- » Resolver os conflitos empresariais e problemas entre os trabalhadores
- » Realizar uma correta gestão da equipa para melhorar a produtividade e, portanto, os lucros da empresa
- » Realizar o controlo económico e financeiro da empresa
- » Controlar os processos logísticos, as compras e o abastecimento da empresa
- » Aprofundar nos novos modelos de negócio dos sistemas de informação
- » Aplicar as estratégias mais apropriadas para apostar no comércio eletrónico dos produtos da empresa
- » Elaborar e liderar planos de marketing
- » Apostar pela inovação em todos os processos e áreas da empresa
- » Utilização das redes sociais num ambiente jornalístico
- » Conhecer a composição das equipas de produção audiovisual
- » Organizar uma encenação adequada aos objetivos do projeto audiovisual
- » Plano de ações narrativas ajustadas aos meios disponíveis
- » Dominar as diferentes fases do projeto audiovisual
- » Conhecer e aplicar as estruturas organizacionais da comunicação audiovisual
- » Saber adaptar-se aos padrões de consumo do momento
- » Conhecer o código relacional dos diferentes agentes da comunicação audiovisual
- » Descrever o desenvolvimento histórico da produção audiovisual
- » Criar produtos ajustados ao financiamento disponível
- » Planeamento da amortização de produtos audiovisuais
- » Produzir um produto audiovisual em diferentes meios de comunicação



O desenvolvimento de videojogos é uma das facetas mais importantes das empresas audiovisuais Especialize-se neste campo e tenha acesso a cargos de gestão de topo"

04

Direção do curso

O corpo docente para o desenvolvimento deste programa consiste num grupo de profissionais que compreendem a necessidade de formar estudantes a fim de aumentar a sua competitividade no mercado de trabalho. Desta forma, reúnem os seus muitos anos de experiência em benefício da formação académica de futuros licenciados interessados em impulsionar as suas capacidades de liderança e gestão.



“

A TECH aproxima-o dos profissionais ativos que depositam neste Advanced Master a experiência dos seus anos à frente de empresas de prestígio"

Diretor Internacional Convidado

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

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

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

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



Sra. Cissé, Amirah

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



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

Direção



Sr. Carlos Atxoña Ledesma Carrillo

- Chefe Departamento Internacional / Jurídico, da Transporte Interurbanos de Tenerife S.A.U.
- Gestor jurídico, da Avalon Biz Consulting
- Formador Rgpd na ESFOCC, (Escuela Superior de Formación y Cualificación de Canarias)
- Consultor jurídico, em Transportes Interurbanos de Tenerife S.A.U.
- Licenciatura em Direito pela Universidade de La Laguna Santa Cruz de Tenerife Tenerife
- Gestão integrada da qualidade, ambiente e segurança no trabalho - Escuela de negocios Fyde Caja Canarias Santa Cruz de Tenerife, Tenerife
- Planeamento estratégico de negócios - Connect Americas Washington, Estados Unidos
- Especialista em gestão do trabalho - Escuela Europea de Dirección y Empresa Madrid
- Diploma em Gestão de Conhecimentos Empresariais - Formación sin barreras e Universidade Rey Juan Carlos I. Madrid, Espanha
- Mestrado MBA em Administração e Gestão de Empresas na Universidade Europeia das Ilhas Canárias La Orotava, Tenerife



Professores

Sr. Alexis González

- » Diretor Financeiro do Banco Cajasieta, em Tenerife, Ilhas Canárias
- » Co-fundador do Clube de Investimento na Bolsa da Faculdade de Gestão
- » Licenciatura em Gestão e Administração de Empresas pela Universidade de Las Palmas de Gran Canaria, com especialização em Finanças
- » Diplomado em Estudos Empresariais da Universidade de Las Palmas de Gran Canaria
- » Membro nº 1554 do Colégio de Economistas de Santa Cruz de Tenerife
- » Mestrado em Fiscalidade e Consultoria Fiscal pelo Centro de Estudios Financieros em colaboração com a Associação Espanhola de Consultores Fiscais
- » Executive Master em Gestão Financeira e Finanças Avançadas do Instituto Superior de Técnicas e Práticas Bancárias com qualificação de Destaque
- » Programa Especialista em Planeamento Financeiro e Controlo de Gestão na Banca pela Analyst Financial Analysts International (AFI)
- » Programa de formação de Business Angels organizado pelo Parque de Tecnologia e Ciência de Tenerife
- » Curso de Gestão de Desenvolvimento da Gestão de Carteiras pela Analistas Financeiros Internacionais

05

Estrutura e conteúdo

Este Advanced Master da TECH, especificamente para criadores de videojogos, foi concebido tendo em mente as necessidades de especialização destes profissionais quando se trata de gerir as suas próprias empresas ou de aceder a cargos de direção em empresas do setor. Desta forma, os estudantes aprenderão a liderar equipas e projetos audiovisuais, e desenvolverão as competências específicas que lhes permitirão gerir todos os departamentos de uma empresa audiovisual.





“

A conclusão deste programa abrirá portas a um mercado de trabalho altamente competitivo”

Módulo 1. Liderança, ética e RSC

- 1.1. Globalização e governação
 - 1.1.1. Globalização e tendências: internacionalização dos mercados
 - 1.1.2. Ambiente económico e governamento empresarial
 - 1.1.3. *Accountability* ou prestação de contas
- 1.2. Liderança
 - 1.2.1. Ambiente Intercultural
 - 1.2.2. Liderança e gestão de empresas
 - 1.2.3. Papéis e responsabilidades de gestão
- 1.3. Ética empresarial
 - 1.3.1. Ética e integridade
 - 1.3.2. Conduta ética nos negócios
 - 1.3.3. Deontologia, códigos de ética e códigos de conduta
 - 1.3.4. Prevenção da fraude e da corrupção
- 1.4. Sustentabilidade
 - 1.4.1. Empresa e desenvolvimento sustentável
 - 1.4.2. Impacto social, ambiental e económico
 - 1.4.3. Agenda 2030 e ODS
- 1.5. Responsabilidade social da empresa
 - 1.5.1. Responsabilidade social das empresas
 - 1.5.2. Papéis e responsabilidades
 - 1.5.3. Implementar a responsabilidade social das empresas

Módulo 2. Gestão estratégica e Management direto

- 2.1. Análise e design organizacional
 - 2.1.1. Cultura organizativa
 - 2.1.2. Análise organizacional
 - 2.1.3. Design da estrutura organizacional
- 2.2. Estratégia empresarial
 - 2.2.1. Estratégia de nível corporativa
 - 2.2.2. Tipologias de estratégias de nível corporativo
 - 2.2.3. Determinação da estratégia corporativa
 - 2.2.4. Estratégia corporativa e imagem de reputação

- 2.3. Planeamento e formulação estratégica
 - 2.3.1. Pensamento estratégico
 - 2.3.2. Formação e planeamento estratégico
 - 2.3.3. Sustentabilidade e estratégia corporativa
- 2.4. Modelos e padrões estratégicos
 - 2.4.1. Riqueza, valor e retorno do investimento
 - 2.4.2. Estratégia corporativa: metodologias
 - 2.4.3. Crescimento e consolidação da estratégia empresarial
- 2.5. Direção estratégica
 - 2.5.1. Missão, visão e valores estratégicos
 - 2.5.2. *Balanced Scorecard*/Painel de controlo
 - 2.5.3. Análise, monitorização e avaliação da estratégia empresarial
 - 2.5.4. Direção estratégica e *reporting*
- 2.6. Implementação e execução estratégica
 - 2.6.1. Implementação estratégica: objetivos, ações e impactos
 - 2.6.2. Monitorização e alinhamento estratégico
 - 2.6.3. Abordagem de melhoria contínua
- 2.7. Management Diretivo
 - 2.7.1. Integração de estratégias funcionais nas estratégias empresariais globais
 - 2.7.2. *Management* direto e desenvolvimento de processos
 - 2.7.3. *Knowledge management*
- 2.8. Análise e resolução de casos/problemas
 - 2.8.1. Metodologia para a resolução de problemas
 - 2.8.2. Método do caso
 - 2.8.3. Posicionamento e tomada de decisões

Módulo 3. Gestão de pessoas e gestão de talentos

- 3.1. Comportamento organizacional
 - 3.1.1. Teoria das organizações
 - 3.1.2. Fatores chave para a mudança nas organizações
 - 3.1.3. Estratégias empresariais, tipologias e gestão do conhecimento

- 3.2. Gestão estratégica de pessoas
 - 3.2.1. Conceção, recrutamento e seleção de empregos
 - 3.2.2. Plano estratégico de Recursos Humanos : conceção e implementação
 - 3.2.3. Análise dos postos de trabalho; planeamento e seleção de pessoas
 - 3.2.4. Formação e desenvolvimento profissional
- 3.3. Desenvolvimento de gestão e liderança
 - 3.3.1. Competências gerenciais: competências e habilidades do século XXI
 - 3.3.2. Competências não-gerenciais
 - 3.3.3. Mapa de competências e habilidades
 - 3.3.4. Liderança e gestão de pessoas
- 3.4. Gestão da mudança
 - 3.4.1. Análise de desempenho
 - 3.4.2. Planeamento estratégico
 - 3.4.3. Gestão da mudança: fatores chave, desenho e gestão de processos
 - 3.4.4. Abordagem de melhoria contínua
- 3.5. Negociação e gestão de conflitos
 - 3.5.1. Objetivos da negociação: elementos diferenciadores
 - 3.5.2. Técnicas de negociação efetivas
 - 3.5.3. Conflitos: fatores e tipologias
 - 3.5.4. Gestão eficiente de conflitos: negociação e comunicação
- 3.6. Comunicação direta
 - 3.6.1. Análise de desempenho
 - 3.6.2. Liderar a mudança. Resistência à mudança
 - 3.6.3. Gestão de processos de mudança
 - 3.6.4. Gestão de equipas multiculturais
- 3.7. Gestão de equipas e desempenho das pessoas
 - 3.7.1. Ambiente Multicultural e Multidisciplinar
 - 3.7.2. Gestão de equipas e de pessoas
 - 3.7.3. Coaching e desempenho das pessoas
 - 3.7.4. Reuniões de gestão: planeamento e gestão do tempo

- 3.8. Gestão de conhecimentos e talentos
 - 3.8.1. Identificação de conhecimentos e talentos nas organizações
 - 3.8.2. Modelos empresariais de gestão de conhecimentos e talentos
 - 3.8.3. Criatividade e inovação

Módulo 4. Gestão económica e financeira

- 4.1. Meio económico
 - 4.1.1. Teoria das organizações
 - 4.1.2. Fatores chave para a mudança nas organizações
 - 4.1.3. Estratégias empresariais, tipologias e gestão do conhecimento
- 4.2. Contabilidade de gestão
 - 4.2.1. Quadro contabilístico internacional
 - 4.2.2. Introdução ao ciclo contabilístico
 - 4.2.3. Declarações contabilísticas das empresas
 - 4.2.4. Análise das demonstrações financeiras: tomada de decisões
- 4.3. Orçamento e controlo de gestão
 - 4.3.1. Planeamento orçamental
 - 4.3.2. Controlo de gestão: conceção e objetivos
 - 4.3.3. Supervisão e *reporting*
- 4.4. Responsabilidade fiscal das empresas
 - 4.4.1. Responsabilidade fiscal corporativa
 - 4.4.2. Procedimento fiscal: uma abordagem de caso por país
- 4.5. Sistemas de controlo empresarial
 - 4.5.1. Tipologias de controlo
 - 4.5.2. Cumprimento Normativo/*compliance*
 - 4.5.3. Auditoria interna
 - 4.5.4. Auditoria externa
- 4.6. Gestão financeira
 - 4.6.1. Introdução à gestão financeira
 - 4.6.2. Gestão financeira e estratégia empresarial
 - 4.6.3. Diretor financeiro ou *Chief Financial Officer* (CFO): competências de gestão

- 4.7. Planeamento financeiro
 - 4.7.1. Modelos de negócio e necessidades de financiamento
 - 4.7.2. Ferramentas de análise financeiro
 - 4.7.3. Planeamento financeiro a curto prazo
 - 4.7.4. Planeamento financeiro a longo prazo
- 4.8. Estratégia financeira corporativa
 - 4.8.1. Investimento financeiro corporativo
 - 4.8.2. Crescimento estratégico: tipologias
- 4.9. Contexto macroeconómico
 - 4.9.1. Análise macroeconómica
 - 4.9.2. Indicadores económicos
 - 4.9.3. Ciclo económico
- 4.10. Financiamento estratégico
 - 4.10.1. Negócio bancário: situação atual
 - 4.10.2. Análise e gestão do risco
- 4.11. Mercados monetários e de capitais
 - 4.11.1. Mercado de renda fixa
 - 4.11.2. Mercado de rendimentos variáveis
 - 4.11.3. Avaliação da empresa
- 4.12. Análise e resolução de casos/problemas
 - 4.12.1. Metodologia para a resolução de problemas
 - 4.12.2. Método do caso

Módulo 5. Gestão de operações e logística

- 5.1. Gestão das operações
 - 5.1.1. Definir a estratégia das operações
 - 5.1.2. Planificação e controlo da cadeia de abastecimento
 - 5.1.3. Sistemas de indicadores
- 5.2. Gestão de compras
 - 5.2.1. Gestão de stocks
 - 5.2.2. Gestão de armazéns
 - 5.2.3. Gestão de compras e aquisições

- 5.3. *Supply chain management* (1)
 - 5.3.1. Custos e eficiência da cadeia de operações
 - 5.3.2. Mudança dos padrões de procura
 - 5.3.3. Mudança na estratégia das operações
- 5.4. *Supply chain management* (2). Execução
 - 5.4.1. *Lean Manufacturing/Lean thinking*
 - 5.4.2. Direção de Logística
 - 5.4.3. Compras
- 5.5. Processos logísticos
 - 5.5.1. Organização e gestão de processos
 - 5.5.2. Aquisição, produção, distribuição
 - 5.5.3. Qualidade, custos de qualidade e ferramentas
 - 5.5.4. Serviço pós-venda
- 5.6. Logística e clientes
 - 5.6.1. Análise e previsão da procura
 - 5.6.2. Previsão e planeamento das vendas
 - 5.6.3. *Collaborative planning forecasting & replacement*
- 5.7. Logística internacional
 - 5.7.1. Alfândegas, processos de exportação e importação
 - 5.7.2. Métodos e meios de pagamento internacionais
 - 5.7.3. Plataformas logísticas a nível internacional
- 5.8. Competir a partir das operações
 - 5.8.1. Inovação nas operações como uma vantagem competitiva na empresa
 - 5.8.2. Tecnologias e ciências emergentes
 - 5.8.3. Sistemas de informação nas operações

Módulo 6. Gestão dos sistemas de informação

- 6.1. Gestão dos sistemas de informação
 - 6.1.1. Sistemas de informação empresarial
 - 6.1.2. Decisões estratégicas
 - 6.1.3. O papel do CEO
- 6.2. As tecnologias da informação e a estratégia empresarial
 - 6.2.1. Análise da empresa e setores industriais
 - 6.2.2. Modelos de negócio baseados na Internet
 - 6.2.3. A O valor da IT na empresa

- 6.3. Planeamento estratégico do SI
 - 6.3.1. Processo de planeamento estratégico
 - 6.3.2. Formulação da estratégia de SI
 - 6.3.3. Plano de implementação da estratégia
- 6.4. Sistemas de Informação e *Business Intelligence*
 - 6.4.1. CRM e *Business Intelligence*
 - 6.4.2. Gestão de Projetos de *Business Intelligence*
 - 6.4.3. Arquitetura de *Business Intelligence*
- 6.5. Novos modelos de negócio baseados nas TIC
 - 6.5.1. Modelos de negócio baseados na tecnologia
 - 6.5.2. Capacidades para inovar
 - 6.5.3. Redesenho de processos da cadeia de valor
- 6.6. Comércio eletrónico
 - 6.6.1. Plano Estratégico de Comércio Eletrónico
 - 6.6.2. Gestão logística e serviço ao cliente no comércio eletrónico
 - 6.6.3. *E-Commerce* como uma oportunidade para a Internacionalização
- 6.7. Estratégias de *e-Business*
 - 6.7.1. Estratégias em Social Media
 - 6.7.2. Otimização de canais e serviço de apoio ao cliente
 - 6.7.3. Regulação digital
- 6.8. *Digital business*
 - 6.8.1. *Mobile e-Commerce*
 - 6.8.2. Design e usabilidade
 - 6.8.3. Operações do comércio eletrónico

Módulo 7. Gestão comercial, marketing e comunicação corporativa

- 7.1. Gestão comercial
 - 7.1.1. Gestão de vendas
 - 7.1.2. Estratégia comercial
 - 7.1.3. Técnicas de venda e negócio
 - 7.1.4. Gestão de equipas de vendas
- 7.2. Marketing
 - 7.2.1. O marketing e o seu impacto na empresa
 - 7.2.2. Variáveis básicas do Marketing
 - 7.2.3. Plano de Marketing

- 7.3. Gestão estratégica de Marketing
 - 7.3.1. Fontes da inovação
 - 7.3.2. Tendências atuais no marketing
 - 7.3.3. Ferramentas de Marketing
 - 7.3.4. Estratégia de Marketing e comunicação com os clientes
- 7.4. Estratégia de Marketing digital
 - 7.4.1. Abordagem ao marketing digital
 - 7.4.2. Ferramentas de Marketing Digital
 - 7.4.3. *Inbound Marketing* e evolução do Marketing digital
- 7.5. Estratégia de vendas e comunicação
 - 7.5.1. Posicionamento e promoção
 - 7.5.2. Relações públicas
 - 7.5.3. Estratégia de vendas e comunicação
- 7.6. Comunicação Corporativa
 - 7.6.1. Comunicação interna e externa
 - 7.6.2. Departamentos de comunicação
 - 7.6.3. Gestores de comunicação (DIRCOM): competências e responsabilidades de gestão
- 7.7. Estratégia de comunicações corporativa
 - 7.7.1. Estratégia de comunicação empresarial
 - 7.7.2. Plano de comunicação
 - 7.7.3. Redação de comunicados de imprensa/*clipping/publicity*

Módulo 8. Inovação e gestão de projetos

- 8.1. Inovação
 - 8.1.1. Macro conceptual de inovação
 - 8.1.2. Tipologias de inovação
 - 8.1.3. Inovação contínua e descontínua
 - 8.1.4. Formação e inovação
- 8.2. Estratégias de inovação
 - 8.2.1. Inovação e estratégia empresarial
 - 8.2.2. Projeto de inovação global: design e gestão
 - 8.2.3. Workshops de inovação

- 8.3. Design e validação do modelo de negócio
 - 8.3.1. Metodologia *Lean Startup*
 - 8.3.2. Iniciativa empresarial inovadora: etapas
 - 8.3.3. Modalidades de financiamento
 - 8.3.4. Ferramentas do modelo: mapa de empatia, modelo canvas e métricas
 - 8.3.5. Crescimento e fidelização
- 8.4. Direção e gestão de projetos
 - 8.4.1. Oportunidades de inovação
 - 8.4.2. Estudo de viabilidade e especificação de propostas
 - 8.4.3. Definição e concepção de projetos
 - 8.4.4. Implementação de projetos
 - 8.4.5. Conclusão de projetos

Módulo 9. Jornalismo cultural

- 9.1. Conceito e delimitações do jornalismo cultural
 - 9.1.1. Introdução: conceito de cultura
 - 9.1.2. Informação cultural sobre arte
 - 9.1.3. Informação cultural sobre as artes do espetáculo
 - 9.1.4. Informação cultural sobre cinema
 - 9.1.5. Informação cultural sobre música
 - 9.1.6. Informação cultural em livros
- 9.2. As Origens do Jornalismo Cultural
 - 9.2.1. Introdução
 - 9.2.2. As origens da informação cultural na imprensa
 - 9.2.3. As origens da informação cultural na rádio
 - 9.2.4. As origens da informação cultural na televisão
- 9.3. A Prática do Jornalismo Cultural
 - 9.3.1. Introdução
 - 9.3.2. Considerações gerais
 - 9.3.3. Fatores de interesse e critérios de avaliação para a elaboração de informação cultural





- 9.4. As fontes do Jornalismo Cultural
 - 9.4.1. Introdução
 - 9.4.2. Fontes gerais de informação cultural
 - 9.4.3. Fontes específicas de informação audiovisual sobre cultura
- 9.5. Géneros em Informação Cultural
 - 9.5.1. Introdução
 - 9.5.2. Notícias
 - 9.5.3. Entrevista
 - 9.5.4. Crónica
 - 9.5.5. Reportagem
- 9.6. Diversificação Atual da Informação Cultural na Imprensa, Rádio e Televisão
 - 9.6.1. Introdução
 - 9.6.2. Informação cultural na imprensa
 - 9.6.3. Informação cultural na rádio
 - 9.6.4. Informação cultural na televisão
- 9.7. Cultura e Internet
 - 9.7.1. Introdução
 - 9.7.2. A cultura e a Internet
 - 9.7.3. Benefícios da cultura
- 9.8. Marketing cultural
 - 9.8.1. Introdução
 - 9.8.2. Marketing cultural
 - 9.8.3. Como funciona o marketing cultural
- 9.9. Análises da cultura
 - 9.9.1. Introdução
 - 9.9.2. Abordagem teórica e metodológica da cultura
 - 9.9.3. Cultura, comunicação e significado
 - 9.9.4. Cultura e imaginário
- 9.10. Cibercultura e jornalismo digital de conteúdo cultural
 - 9.10.1. Introdução
 - 9.10.2. Definição de cibercultura
 - 9.10.3. Cibercultura e jornalismo digital de conteúdo cultural
 - 9.10.4. Chaves para jornalismo digital de conteúdo cultural

Módulo 10. Teoria e técnica da realização

- 10.1. Realização como a construção da obra audiovisual A equipa de trabalho
 - 10.1.1. Desde o guião literário até ao guião técnico ou ao esquema
 - 10.1.2. A equipa de trabalho
- 10.2. Os elementos da configuração do ecrã Materiais de construção
 - 10.2.1. Pré-adaptação espacial Direção artística
 - 10.2.2. Os elementos da configuração do ecrã
- 10.3. Pré-produção Os documentos de implementação
 - 10.3.1. O guião técnico
 - 10.3.2. O plano do palco
 - 10.3.3. O *storyboard*
 - 10.3.4. Planificar
 - 10.3.5. O plano de filmagem
- 10.4. O valor expressivo do som
 - 10.4.1. Tipologia dos elementos sonoros
 - 10.4.2. Construção do espaço sonoro
- 10.5. O valor expressivo da luz
 - 10.5.1. Valor expressivo da luz
 - 10.5.2. Técnicas básicas de iluminação
- 10.6. Técnicas básicas de filmagem com uma única câmara
 - 10.6.1. Usos e técnicas de filmagem por uma única câmara
 - 10.6.2. O subgénero de *found footage*. Cinema de ficção e documentários
 - 10.6.3. A realização com uma câmara na televisão
- 10.7. A montagem
 - 10.7.1. Montagem como montagem A reconstrução do espaço-tempo
 - 10.7.2. Técnicas de montagem não-linear
- 10.8. Pós-produção e correção de cores
 - 10.8.1. Pós-produção
 - 10.8.2. Conceito de montagem vertical
 - 10.8.3. Correção de cores
- 10.9. Os formatos e a equipa de implementação
 - 10.9.1. Formatos multi-câmaras
 - 10.9.2. O estúdio e a equipa

- 10.10. Chaves, técnicas e rotinas em filmagens multi-câmaras

- 10.10.1. Técnicas multi-câmaras

- 10.10.2. Alguns formatos comuns

Módulo 11. Estrutura do sistema audiovisual

- 11.1. Uma introdução às Indústrias Culturais (IC)
 - 11.1.1. Conceitos de cultura Cultura-Comunicação
 - 11.1.2. Teoria e evolução da C.I.: tipologia e modelos
- 11.2. Indústria cinematográfica I
 - 11.2.1. Características e principais atores
 - 11.2.2. Estrutura do sistema cinematográfica
- 11.3. Indústria cinematográfica II
 - 11.3.1. A indústria cinematográfica americana
 - 11.3.2. As produtoras independentes
 - 11.3.3. Problemas e debates na indústria cinematográfica
- 11.4. Indústria cinematográfica III
 - 11.4.1. Regulamento do cinema: Estado e Cultura Políticas para a proteção e promoção da cinematografia
 - 11.4.2. Casos de Estudo
- 11.5. Indústria televisiva I
 - 11.5.1. Televisão económica
 - 11.5.2. Modelos fundadores
 - 11.5.3. Transformação
- 11.6. Indústria televisiva II
 - 11.6.1. A indústria televisiva dos EUA
 - 11.6.2. Características principais
 - 11.6.3. Regulamentação do Estado
- 11.7. Indústria televisiva III
 - 11.7.1. Televisão de serviço público na Europa
 - 11.7.2. Crises e debates
- 11.8. Os eixos de mudança
 - 11.8.1. Novos processos no setor audiovisual
 - 11.8.2. Debates regulamentares

- 11.9. Televisão Digital Terrestre (TDT)
 - 11.9.1. O papel do Estado e as experiências
 - 11.9.2. As novas características do sistema de televisão
- 11.10. Novos operadores na paisagem audiovisual
 - 11.10.1. Plataformas de serviços *over-the-top* (OTT)
 - 11.10.2. Consequências do seu surgimento

Módulo 12. Produção audiovisual

- 12.1. Produção audiovisual
 - 12.1.1. Conceitos de introdução
 - 12.1.2. A indústria audiovisual
- 12.2. A equipa de produção
 - 12.2.1. Os profissionais
 - 12.2.2. O produtor e o guião
- 12.3. O projeto audiovisual
 - 12.3.1. Gestão de projetos
 - 12.3.2. Avaliação do projeto
 - 12.3.3. Apresentação de projetos
- 12.4. Modalidades de produção e financiamento
 - 12.4.1. Financiamento da produção audiovisual
 - 12.4.2. Modos de produção audiovisual
 - 12.4.3. Recursos para pré-financiamento
- 12.5. A equipa de produção e a decomposição do guião
 - 12.5.1. A equipa de produção
 - 12.5.2. A quebra do guião
- 12.6. Os locais de filmagem
 - 12.6.1. As localizações
 - 12.6.2. Os sets
- 12.7. A distribuição e os contratos de filmagem
 - 12.7.1. A distribuição ou *Casting*
 - 12.7.2. A prova de *Casting*
 - 12.7.3. Contratos, direitos e seguros
- 12.8. O plano de trabalho e o orçamento da obra audiovisual
 - 12.8.1. O plano de trabalho
 - 12.8.2. O orçamento

- 12.9. Produção em filmagem ou gravação
 - 12.9.1. A preparação da filmagem
 - 12.9.2. A distribuição e os meios de filmagem
- 12.10. A pós-produção e o balanço final da obra audiovisual
 - 12.10.1. Edição e pós-produção
 - 12.10.2. Balanço final e operação

Módulo 13. Realização de ficção e direção de atores

- 13.1. A implementação da ficção
 - 13.1.1. Introdução
 - 13.1.2. O processo e as suas ferramentas
- 13.2. A ótica e as câmaras
 - 13.2.1. Ótica e enquadramento
 - 13.2.2. Movimento de câmara
 - 13.2.3. Continuidade
- 13.3. Luz e cor: aspetos teóricos
 - 13.3.1. Exposição
 - 13.3.2. Teoria das cores
- 13.4. Iluminação no cinema
 - 13.4.1. Ferramentas
 - 13.4.2. A iluminação como narrativa
- 13.5. Cor e óticas
 - 13.5.1. Controlo das cores
 - 13.5.2. As óticas
 - 13.5.3. O controlo da imagem
- 13.6. O trabalho no set
 - 13.6.1. A lista de planos
 - 13.6.2. A equipa e as suas funções
- 13.7. Questões técnicas na realização de filmes
 - 13.7.1. Os recursos da técnica
- 13.8. A visão dos diretores
 - 13.8.1. Os diretores tomam a palavra

- 13.9. Transformações digitais
 - 13.9.1. Transformações analógico-digitais na fotografia cinematográfica
 - 13.9.2. O reinado da pós-produção digital
- 13.10. Direção de atores
 - 13.10.1. Introdução
 - 13.10.2. Principais métodos e técnicas
 - 13.10.3. Trabalhar com atores

Módulo 14. Indústrias culturais e novos modelos empresariais de comunicação

- 14.1. Os conceitos de cultura, economia, comunicação, tecnologia, IC
 - 14.1.1. Cultura, Economia, Comunicação
 - 14.1.2. Indústrias Culturais
- 14.2. Tecnologia, comunicação e cultura
 - 14.2.1. Cultura artesanal mercantilizada
 - 14.2.2. Do espetáculo ao vivo às artes visuais
 - 14.2.3. Museus e património
- 14.3. Os principais setores das Indústrias Culturais
 - 14.3.1. Produtos editoriais
 - 14.3.2. Os C.I.'s de fluxo
 - 14.3.3. Modelos híbridos
- 14.4. A Era Digital nas Indústrias Culturais
 - 14.4.1. Indústrias Culturais Digitais
 - 14.4.2. Novos modelos na Era Digital
- 14.5. Os meios digitais e os meios de comunicação na era digital
 - 14.5.1. O negócio da Imprensa online
 - 14.5.2. A rádio no ambiente digital
 - 14.5.3. Especificidades dos meios de comunicação na era digital
- 14.6. Globalização e diversidade na Cultura
 - 14.6.1. Concentração, internacionalização e globalização das Indústrias Culturais
 - 14.6.2. A luta pela diversidade cultural
- 14.7. Políticas Culturais e Cooperação
 - 14.7.1. Políticas culturais
 - 14.7.2. O papel dos Estados e regiões dos países

- 14.8. A diversidade musical na nuvem
 - 14.8.1. O setor da música hoje
 - 14.8.2. A nuvem
 - 14.8.3. Iniciativas latinas/ iberoamericanas
- 14.9. Diversidade na indústria audiovisual
 - 14.9.1. Do pluralismo à diversidade
 - 14.9.2. Diversidade, cultura e comunicação
 - 14.9.3. Conclusões e propostas
- 14.10. Diversidade Audiovisual na Internet
 - 14.10.1. O sistema audiovisual na era da Internet
 - 14.10.2. Ofertas televisivas e diversidade
 - 14.10.3. Conclusões

Módulo 15. Gestão e promoção de produtos audiovisuais

- 15.1. Distribuição audiovisual
 - 15.1.1. Introdução
 - 15.1.2. Agentes de distribuição
 - 15.1.3. Comercialização de produtos
 - 15.1.4. Os campos da distribuição audiovisual
 - 15.1.5. Distribuição nacional
 - 15.1.6. Distribuição internacional
- 15.2. A empresa de distribuição
 - 15.2.1. Estruturas organizativas
 - 15.2.2. A negociação do contrato de distribuição
 - 15.2.3. Clientes internacionais
- 15.3. Janelas de exploração, contratos e vendas internacionais
 - 15.3.1. Janelas de trabalho
 - 15.3.2. Contratos de distribuição internacional
 - 15.3.3. Vendas internacionais
- 15.4. Marketing cinematográfico
 - 15.4.1. Marketing cinematográfico
 - 15.4.2. A cadeia de valor da produção do filme
 - 15.4.3. Os meios de publicidade ao serviço da promoção
 - 15.4.4. As ferramentas de lançamento

- 15.5. Pesquisa de mercado em filme
 - 15.5.1. Introdução
 - 15.5.2. Fase de pré-produção
 - 15.5.3. Fase de pós-produção
 - 15.5.4. Fase de comercialização
- 15.6. Redes sociais e promoção cinematográfica
 - 15.6.1. Introdução
 - 15.6.2. Promessas e limites das redes sociais
 - 15.6.3. Objetivos e sua medição
 - 15.6.4. Calendário e estratégias de advocacia
 - 15.6.5. Interpretar o que dizem as redes
- 15.7. Distribuição audiovisual na Internet I
 - 15.7.1. O novo mundo da distribuição audiovisual
 - 15.7.2. O processo de distribuição pela Internet
 - 15.7.3. Produtos e possibilidades no novo cenário
 - 15.7.4. Novos modos de distribuição
- 15.8. Distribuição audiovisual na Internet II
 - 15.8.1. Chaves para o novo cenário
 - 15.8.2. Perigos de distribuição pela Internet
 - 15.8.3. O *Video on Demand* (VOD) como nova janela de distribuição
- 15.9. Novos espaços para distribuição
 - 15.9.1. Introdução
 - 15.9.2. A revolução Netflix
- 15.10. Festivais de cinema
 - 15.10.1. Introdução
 - 15.10.2. O papel dos festivais de cinema na distribuição turística

Módulo 16. Géneros, formatos e programação televisiva

- 16.1. O género na televisão
 - 16.1.1. Introdução
 - 16.1.2. Géneros de televisão
- 16.2. O formato na televisão
 - 16.2.1. Abordagem do conceito de formatos
 - 16.2.2. Formatos de televisão

- 16.3. Criar televisão
 - 16.3.1. O processo criativo no entretenimento
 - 16.3.2. O processo criativo na ficção
- 16.4. Evolução dos formatos no mercado internacional de hoje I
 - 16.4.1. Consolidação do formato
 - 16.4.2. O formato reality TV
 - 16.4.3. Novidades na *reality TV*
 - 16.4.4. A Televisão Digital Terrestre e a crise financeira
- 16.5. Evolução dos formatos no mercado internacional de hoje II
 - 16.5.1. Mercados emergentes
 - 16.5.2. Marcas globais
 - 16.5.3. A televisão reinventa-se
 - 16.5.4. A era da globalização
- 16.6. Vender o formato O *pitching*
 - 16.6.1. Venda de um formato de televisão
 - 16.6.2. O *pitching*
- 16.7. Introdução à programação televisiva
 - 16.7.1. O papel da programação
 - 16.7.2. Fatores que afetam a programação
- 16.8. Modelos de programação televisiva
 - 16.8.1. Estados Unidos e Reino Unido
 - 16.8.2. Espanha
- 16.9. A prática profissional da programação televisiva
 - 16.9.1. O departamento de programação
 - 16.9.2. Programação para televisão
- 16.10. Pesquisa de audiências
 - 16.10.1. Pesquisa do público em televisão
 - 16.10.2. Conceitos de audiência e classificações

Módulo 17. Publicidade audiovisual

- 17.1. Audiências nos meios audiovisuais
 - 17.1.1. Introdução
 - 17.1.2. A constituição das audiências
- 17.2. Investigação do público: as tradições I
 - 17.2.1. Teoria dos efeitos
 - 17.2.2. Teoria dos usos e recompensas
 - 17.2.3. Estudos culturais
- 17.3. Investigação das audiências: as tradições II
 - 17.3.1. Estudos de receção
 - 17.3.2. Audiências para estudos humanistas
- 17.4. Audições de uma perspetiva económica
 - 17.4.1. Introdução
 - 17.4.2. A medição das audiências
- 17.5. Teorias de receção
 - 17.5.1. Introdução às teorias de receção
 - 17.5.2. Uma abordagem histórica aos estudos de acolhimento
- 17.6. As audiências no mundo digital
 - 17.6.1. Ambiente digital
 - 17.6.2. Comunicação e cultura da convergência
 - 17.6.3. A natureza ativa das audiências
 - 17.6.4. Interatividade e participação
 - 17.6.5. A transnacionalidade das audiências
 - 17.6.6. Audiências fragmentadas
 - 17.6.7. A autonomia das audiências
- 17.7. Audiências: as questões essenciais I
 - 17.7.1. Introdução
 - 17.7.2. Quem são?
 - 17.7.3. Porque é que consomem?

- 17.8. Audiências: as questões essenciais II
 - 17.8.1. O que é que consomem?
 - 17.8.2. Como é que consomem?
 - 17.8.3. Com que objetivo?
- 17.9. O modelo do *engagement* I
 - 17.9.1. O *engagement* como metadimensão do comportamento do público
 - 17.9.2. A complexa avaliação do *engagement*
- 17.10. O Modelo de *engagement* II
 - 17.10.1. Introdução As dimensões do *engagement*
 - 17.10.2. O *engagement* e as experiências do utilizador
 - 17.10.3. El *engagement* como uma resposta emocional do público
 - 17.10.4. El *engagement* como resultado da cognição humana
 - 17.10.5. Os comportamentos observáveis das audiências como expressão do *engagement*

Módulo 18. Escrita de guiões para televisão: programas e ficção

- 18.1. Narrativa televisiva
 - 18.1.1. Conceitos e limites
 - 18.1.2. Códigos e estruturas
- 18.2. Categorias narrativas na televisão
 - 18.2.1. A enunciação
 - 18.2.2. Personagens
 - 18.2.3. Ações e transformações
 - 18.2.4. Espaço
 - 18.2.5. O tempo
- 18.3. Géneros e formatos televisivos
 - 18.3.1. Unidades narrativas
 - 18.3.2. Géneros e formatos televisivos
- 18.4. Formatos de ficção
 - 18.4.1. Ficção televisiva
 - 18.4.2. Sitcom
 - 18.4.3. A série dramática
 - 18.4.4. A telenovela
 - 18.4.5. Outros formatos

- 18.5. O guião de ficção na televisão
 - 18.5.1. Introdução
 - 18.5.2. A técnica
- 18.6. O drama na televisão
 - 18.6.1. A série dramática
 - 18.6.2. A telenovela
- 18.7. Série de comédia
 - 18.7.1. Introdução
 - 18.7.2. A *sitcom*
- 18.8. O guião de entretenimento
 - 18.8.1. O guião passo a passo
 - 18.8.2. Escrever para dizer
- 18.9. Escrita de guiões de entretenimento
 - 18.9.1. Reunião do guião
 - 18.9.2. O guião técnico
 - 18.9.3. A separação de produção
 - 18.9.4. O resumo
- 18.10. Conceção de guiões de entretenimento
 - 18.10.1. Magazine
 - 18.10.2. Programa de humor
 - 18.10.3. *Talent Show*
 - 18.10.4. Documental
 - 18.10.5. Outros formatos



Um conteúdo inovador que lhe permitirá alcançar posições de gestão audiovisual de topo num curto período de tempo"

06

Metodologia

Este programa de capacitação oferece uma forma diferente de aprendizagem.

A nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cíclico: o **Relearning**.

Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas escolas médicas mais prestigiadas do mundo e tem sido considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações, tais como a **New England Journal of Medicine**.





“

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

Estudo de Caso para contextualizar todo o conteúdo

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

“

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



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



Um método de aprendizagem inovador e diferente

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

“

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

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

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

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

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

Relearning Methodology

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

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

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

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

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



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

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

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

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



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



Material de estudo

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

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



Masterclasses

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

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



Práticas de aptidões e competências

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



Leituras complementares

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





Case studies

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



Resumos interativos

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

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



Testing & Retesting

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



07

Certificação

O Advanced Master em Gestão Avançada da Indústria Audiovisual garante, para além de um conteúdo mais rigoroso e atualizado, o acesso a um Advanced Master atribuído pela TECH Universidade Tecnológica.



“

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

Este **Advanced Master em Gestão Avançada de Indústria Audiovisual** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado.

Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio* o certificado correspondente ao **Advanced Master** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

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

Certificação: **Advanced Master em Gestão Avançada da Indústria Audiovisual**

ECTS: **120**

Carga horária: **3000 horas**



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

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

tech universidade
tecnológica

Advanced Master
Gestão Avançada
da Indústria Audiovisual

- » Modalidade: online
- » Duração: 2 anos
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Créditos: 120 ECTS
- » Tempo Dedicado: 16 horas/semana
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online

Advanced Master

Gestão Avançada da Indústria Audiovisual