

TECNICATURAS UNIVERSITARIAS

**TECNICATURA EN PRODUCCION DE MEDIOS
AUDIOVISUALES, ESPECTACULOS Y EVENTOS**

**PLAN DE ESTUDIOS Y
CONTENIDOS MÍNIMOS**

TECNICATURA EN PRODUCCIÓN DE MEDIOS AUDIOVISUALES, ESPECTÁCULOS Y EVENTOS

Contenidos mínimos

PRIMER AÑO

01. LENGUAJES CREATIVOS 1

Diferentes formatos y lenguajes del audiovisual: códigos estéticos y de composición. Introducción a las formas de construcción de los relatos audiovisuales. El discurso audiovisual. Los relatos de ficción y no ficción. La noción de encuadre. La organización de los contenidos. El punto de vista. Los movimientos del encuadre. El montaje. La estructura narrativa. La puesta en escena y sus componentes básicos. Prácticas de cámara y edición básica.

02. PRODUCCIÓN DE RADIO

Producción de Radio desde el punto de vista tecnológico y de contenidos. Radios de aire y Radios Online. La emisora de Radio y sus lugares físicos. Roles de trabajo. Lenguaje de Radio. Realización de un programa de Radio. Su guion técnico y literario. Programación (distintos tipos). Géneros radiofónicos. Audiencia. Radios líderes (posicionamiento). La Artística sonora de la Radio. Posproducción.

03. PRODUCCIÓN DE EVENTOS

El concepto de evento. Diferentes tipos de eventos, sus fines. El diseño del evento. Guiones. Administración de recursos. Logística. La relación con el cliente. La coordinación del evento. Aspectos generales de la producción. Desglose y seguimiento. La puesta en escena y estética. Práctica profesional.

04. INTRODUCCIÓN A LA PRODUCCIÓN

Fundamentos y conceptos generales de los procesos productivos . La producción como diseño . Los pilares básicos de la producción. Los recursos: humanos, tecnológicos, económicos. Su utilización racional. El diseño del producto final. La ecuación costo-creación. El rol del productor. La administración de recursos productivos. Costos. Contratación de servicios. Los recursos humanos. Nociones de administración de personal.

05. PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN

La producción de televisión. Streaming: nuevos formatos. Aspectos tecnológicos. La producción. El guión. Desglose. La preproducción. El vivo. La postproducción de video y audio. Características particulares del medio televisivo. El lenguaje. Encuadre, montaje, estructura de los relatos.

06. LENGUAJES CREATIVOS 2

Relación entre audiovisual e industria. El modo industrial de producción audiovisual y el modo artesanal. Cine independiente vs Majors. Teatro independiente vs teatro comercial. Un ejemplo emblemático: teatro abierto 81. Arte y democracia argentina. Arte y censura. Arte y feminismo. El quiebre de los estereotipos. Arte y merchandising. La performance. El stand-up. Modos de exhibición y producción alternativos en la actualidad. El crowdfunding. Análisis de casos.

07. HISTORIA DE LA PRODUCCIÓN DE MEDIOS Y ESPECTÁCULOS

La noción de medio de comunicación y su evolución. La prensa. Los medios audiovisuales: desarrollo de la industria fílmica, la radio y la televisión. Historia del espectáculo y su evolución. El espectáculo contemporáneo. El musical. Los shows en vivo. El espectáculo multimediático. Comunicación digital interactiva: características e impacto en el ecosistema mediático. Narrativas Transmedia. Redes sociales y plataformas.

08. PRODUCCION DE ESPECTACULOS TEATRALES

La producción teatral. Fundamentos y particularidades del espectáculo teatral. Los géneros teatrales. La producción. Puesta en escena, relación con el director y el personal. La faz técnica. La administración de la producción. Aspectos específicos del negocio teatral en la Argentina.

SEGUNDO AÑO

09. MARKETING Y GESTIÓN DE PROYECTOS

Formación de profesionales en marketing 360. Comunicación efectiva de eventos, shows y contenidos audiovisuales. Enfoque teórico-práctico para el análisis de mercados. Comprensión de audiencias y formulación de planes estratégicos. Marketing digital. Investigación de mercado y amplificación en medios. Visión integral para conectar con audiencias de manera innovadora. Gestión de campañas de comunicación exitosas.

10. DIRECCIÓN DE ARTE Y AMBIENTACIÓN

Aspectos visuales y sonoros de la puesta en escena. Estética de la luz y sonido. Diseño escenográfico. Decoración de ambientes. Utilización de materiales y recursos. El diseño de vestuario. La ambientación como propuesta estética. Adecuaciones. Arte y dirección de arte.

11. PRODUCCIÓN DE ESPECTÁCULOS MUSICALES

La producción de espectáculos musicales. Los diferentes tipos. El musical de base teatral. La ópera. El show musical. Los ámbitos: teatros y estadios. Aspectos artísticos y técnicos. Iluminación y sonido. La puesta en escena: visuales on/off. Logística, aspectos legales.

12. PRENSA Y RELACIONES PÚBLICAS

Los medios de prensa. Televisión, radio, prensa escrita. Particularidades de cada medio. Eficacias relativas. La relación con la prensa. El agente de prensa. Estrategias. El rol de las relaciones públicas. Técnicas y estrategias de relaciones con empresas. El profesional de las relaciones públicas. Costos y actividades. El protocolo. La atención de personalidades.

13. LEGISLACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

Fundamentos del derecho. El régimen legal de la producción de bienes culturales. Leyes de regulación. Análisis legal de proyectos. El conflicto jurídico. Análisis de casos.

14 . PRODUCCIÓN DE CINE

La producción cinematográfica. La empresa de films. Características particulares del producto. Los modos de producción. Pre y postproducción. Aspectos técnicos y tecnológicos. El negocio del cine. La distribución y exhibición.

15 . PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS DIGITALES

Estrategias de comunicación en entornos digitales. Narrativas en formatos breves. Producción de contenidos para redes sociales, sitios web y plataformas multichannel. Lenguaje visual, guionización y estructura aplicada a videos cortos. Segmentación de audiencias. Herramientas digitales para la planificación, edición y publicación de contenido. Métricas, KPIs y análisis de rendimiento. Estrategias de lanzamiento y monetización de productos digitales

16. PRODUCCIÓN DE PUBLICIDAD

Producción y creación de una campaña. Elementos y campos de acción que influyen en una campaña, el Marketing y la comunicación aplicada al desarrollo. Estrategia Creativa y de Medios. Creación, análisis y realización de piezas creativas acorde a los propósitos de la marca. Avisos, spots, posteos. Elección de los medios y sistemas apropiados para cada segmento de público y campañas. Trabajo de agencia y productora. Presentaciones de la campaña publicitaria.