Experto Universitario
Transmedia Storytelling



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Experto Universitario

Transmedia Storytelling

Modalidad: **Online**

Duración: **6 meses**

Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**

Horas lectivas: **450 h.**

Acceso web: **www.techtitute.com/periodismo-comunicacion/experto-universitario/experto-transmedia-storytelling**

Índice

01
Presentación
pág. 4

02
Objetivos
pág. 8

03
Dirección del curso
pág. 12

04
Estructura y contenido
pág. 16

05
Metodología
pág. 20

06
Titulación
pág. 28

01

Presentación

Los espectadores actuales buscan experiencias únicas y, por ello, eligen contenidos novedosos que aporten un valor añadido. Los medios y agencias de comunicación han entendido esta nueva filosofía del consumidor y por ello, apuestan por el uso del Transmedia Storytelling como herramienta fundamental para acercarse a los usuarios. Con este programa, los alumnos podrán conocer las particularidades de este nuevo método para contar historias, lo que les permitirá convertirse en unos profesionales altamente competitivos, que serán demandados por las principales compañías del sector.





Crea contenidos a través del Transmedia Storytelling que generen valor a tu marca y destaquen en un mercado altamente competitivo"

En plena era de la información, los usuarios apuestan por los contenidos de calidad, impactantes y que generen algún tipo de emoción. En otras palabras, buscan contenidos que aporten un valor añadido a su experiencia de visualización. Esto se aplica a todos los géneros y medios de comunicación, desde las series a la publicidad hasta las informaciones de radio y televisión, por ejemplo.

Las grandes compañías del sector, conscientes de la importancia de crear contenidos atractivos, están en una constante evolución y adaptación a los nuevos tiempos y, por ello, apuestan cada vez más por crear contenidos con herramientas de Transmedia *Storytelling*, gracias a los cuales se diseñan historias interrelacionadas para diferentes soportes, que muestren los valores de la marca, y en los que el público forme parte de una manera esencial.

Uno de los ejemplos más claros del Transmedia *Storytelling* se ha mostrado con la serie de televisión española, El Ministerio del Tiempo, que no solo dio la oportunidad a los telespectadores de disfrutar de una gran historia, sino que creó toda una serie de contenidos extra, como podscast o cómics que completaron la experiencia del usuario. Pero son muchas las marcas que apuestan por este nuevo método para crear una imagen exitosa: desde Coca-Coca hasta Apple han caído rendidos a los beneficios de la nueva comunicación.

Gracias a este Experto Universitario de TECH Universidad Tecnológica, el alumno podrá adquirir un conocimiento especializado en este campo, y lo conseguirá a través de un programa diseñado a su medida, que se imparte en un formato 100% online, por lo que podrá compaginarlo a la perfección con el resto de sus obligaciones diarias.

Este **Experto Universitario en Transmedia Storytelling** contiene el programa académico más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Comunicación
- Sus contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que están concebidos, recogen una información teórica y práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- Las novedades sobre Transmedia *Storytelling*
- Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- Su especial hincapié en metodologías innovadoras en Transmedia *Storytelling*
- El sistema interactivo de aprendizaje basado en algoritmos para la toma de decisiones sobre las situaciones planteadas
- Las lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet

Las grandes marcas utilizan cada vez más el Storytelling para llegar a su público. Gracias a esta especialización podrás ofrecerte a ellas como creativo publicitario"

TECH pone a tu disposición multitud de recursos prácticos que serán imprescindibles para especializarte en este campo”

Utiliza el Storytelling para el diseño de tus campañas y, en poco tiempo, tu marca será más reconocida en el mercado.

Gracias a este programa estarás un paso más cerca de acceder a los equipos publicitarios más reputados del país.

Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito de la Comunicación, que vierten en este programa la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

Su contenido multimedia, elaborado con la última tecnología educativa, permitirá al profesional un aprendizaje situado y contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará un aprendizaje inmersivo programado para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el alumno deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen a lo largo del programa. Para ello, contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos.



02

Objetivos

Los profesionales de la comunicación cada vez dirigen más su futuro hacia la creación de contenidos publicitarios. Pero en la actualidad, no solo basta con ser creativos para diseñar las mejores campañas, es preciso saber manejar las técnicas más actuales para el diseño e implantación de las mismas. Este programa está orientado a mejorar la cualificación del alumno en Transmedia *Storytelling*, logrando que adquieran un nivel competencial que los sitúe como los máximos exponentes del sector.





Si quieres que tus campañas de publicidad sean tan reconocidas como las de Coca-Cola, no dejes pasar la oportunidad y especialízate en Trasmedia Storytelling"

Objetivos generales

- Manejar y conocer conceptualmente el ámbito del Transmedia *Storytelling* y entender su relevancia en distintos ámbitos profesionales (publicidad, Marketing, periodismo, entretenimiento)
- Adquirir los fundamentos de la creación transmedia, desde la narrativa hasta la producción, la dinamización en comunidades sociales y la monetización económica

Distinguir entre la narrativa tradicional y transmedia te permitirá crear historias más actuales y atractivas"





Objetivos específicos

Módulo 1. Transmedia *Storytelling*, *Crossmedia*

- Profundizar en Transmedia *Storytelling* como disciplina poniendo en relevancia su importancia en distintos sectores profesionales

Módulo 2. Narrativas transmediáticas

- Dominar cómo se construye el relato transmedia y las diferencias con la narrativa tradicional
- Interiorizar, con la ayuda de ejemplos prácticos la forma de conseguir la implicación de la audiencia en un desarrollo transmediático

Módulo 3. Producción de contenidos transmedia

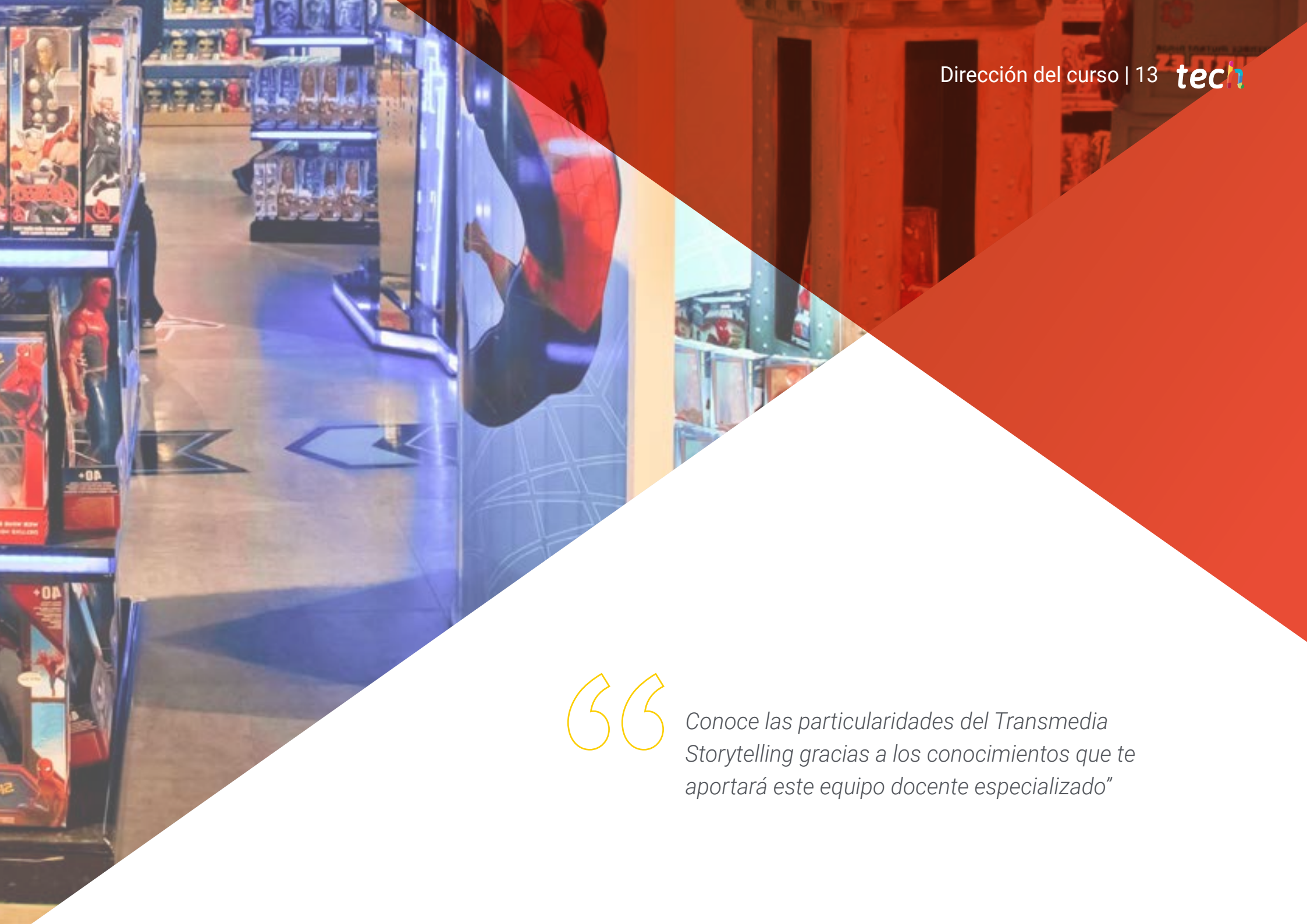
- Profundizar en la metodología práctica en la construcción de contenidos transmedia, abarcando desde la fase de investigación y documentación hasta las plataformas y mecánicas participativas

03

Dirección del curso

Este Experto Universitario en Transmedia Storytelling ha sido elaborado por un equipo docente con amplia experiencia en el sector. Profesionales de gran reputación que han desarrollado gran parte de su carrera laboral en el mundo de la comunicación y que son conscientes de las ventajas que pueden aportar las nuevas herramientas disponibles en este campo. De esta manera, ofrecen a los alumnos todo un novedoso contenido que será fundamental para su labor como creativo y creador de contenidos multimedia.





Conoce las particularidades del Transmedia Storytelling gracias a los conocimientos que te aportará este equipo docente especializado”

Dirección



Dr. Regueira, Javier

- VP y cofundador de la Asociación Española de Branded Content
- Director General de la Agencia Especializada en Branded Content ZOND (perteneciente a MIO Group)
- Profesor en Universidad Pontificia Comillas, ESDEN, Esic, Inesdi, The Valley
- Exejecutivo de Marketing en BDF Nivea e Imperial Tobacco
- Autor, blogger y TEDx Speaker
- Doctor en Branded Content
- Graduado en CC.EE. Europeas ICADE E4
- Máster en Marketing



Docentes

Dr. Roig, Antoni

- Director del programa de Comunicación Audiovisual. UOC
- Doctor en Ciencias Sociales
- Licenciado Comunicación Audiovisual
- Ingeniero Técnico Telecomunicaciones

Dña. Rosendo, Nieves

- Profesora Universidad de Granada
- Doctoranda en Comunicación Transmedia

04

Estructura y contenido

Este Experto Universitario en Transmedia Storytelling de TECH Universidad Tecnológica ha sido elaborado pensando en las necesidades académicas de los profesionales de la Comunicación tanto periodística como publicitaria, que deben conocer los nuevos métodos para contar historias de una manera atractiva, causando emociones en el público y logrando su fidelización. El programa se distribuye en 3 módulos y abarca cuestiones como el *Storytelling*, el *Crossmedia*, la narrativa o la producción de contenidos.





Un programa fundamental para aprender a aplicar el Storytelling como principal método para mostrar tus productos”

Módulo 1. *Transmedia Storytelling, Crossmedia*

1.1. Cronología noción de transmedia
- 1.1.1. Transmedia en el contexto de la producción cultural contemporánea
- 1.1.2. ¿Cómo entendemos transmedia?
- 1.1.3. Elementos clave que integran una noción general de transmedia

1.2. Transmedia y afines. Multiplataforma, *Crossmedia*, narrativas digitales, multimodalidad, *Transmedia Literacies, Worldbuilding*, franquicias, *Data Storytelling*, plataformización
- 1.2.1. Economía de la atención
- 1.2.2. Transmedia y afines
- 1.2.3. Multimodalidad, *Crossmedia* y transmedia

1.3. Ámbitos de aplicación y potencialidades del transmedia
- 1.3.1. Transmedia en las industrias culturales
- 1.3.2. Transmedia y organizaciones
- 1.3.3. Transmedia en Ciencia y Educación

1.4. Prácticas de consumo y cultura transmediática
- 1.4.1. Consumo cultural y vida cotidiana
- 1.4.2. Plataformas
- 1.4.3. Contenido generado por usuari@s

1.5. Tecnología(s)
- 1.5.1. Transmedia, nuevos medios y tecnología: los primeros tiempos
- 1.5.2. Datos
- 1.5.3. El factor tecnológico en los proyectos transmedia

1.6. Transmedia, entre lo digital y las experiencias en vivo
- 1.6.1. El valor de las experiencias en vivo
- 1.6.2. ¿Qué entendemos por experiencia?
- 1.6.3. Ejemplos de experiencias en el mundo real

1.7. Transmedia y juego: diseño de experiencias lúdicas
- 1.7.1. El todo y las partes: cuestiones a tener en cuenta a la hora de definir los elementos individuales de una experiencia transmedia
- 1.7.2. El factor lúdico
- 1.7.3. Algunos ejemplos

1.8. Aspectos críticos sobre el transmedia
- 1.8.1. ¿Qué puede llegar a ser transmedia?
- 1.8.2. Discusión
- 1.8.3. Una mirada crítica: ¿Qué retos y problemas debemos afrontar?

1.9. Transmedia interdisciplinar: roles, perfiles, equipos
- 1.9.1. Trabajo en equipo
- 1.9.2. Competencias transmedia
- 1.9.3. Roles

Módulo 2. Narrativas transmediáticas

2.1. Las narrativas transmedia según Henry Jenkins
- 2.1.1. Henry Jenkins, transmedia y cultura de convergencia
- 2.1.2. Vínculos entre cultura participativa, transmedia y estudios de fans
- 2.1.3. Los 'siete principios' de las narrativas transmedia

2.2. Revisiones y visiones alternativas sobre narrativas transmedia
- 2.2.1. Perspectivas teóricas
- 2.2.2. Perspectivas de la práctica profesional
- 2.2.3. Visiones específicas

2.3. Historias, narrativa, storytelling
- 2.3.1. Historias, narrativa y storytelling
- 2.3.2. Narrativa como estructura y como práctica
- 2.3.3. Intertextualidad

2.4. Narrativa clásica, narrativa no lineal y transmedia
- 2.4.1. La experiencia narrativa
- 2.4.2. Estructura narrativa en tres actos
- 2.4.3. Las ideas y venidas del 'Viaje del héroe'

2.5. Narrativa interactiva: estructuras narrativas lineales y no lineales
- 2.5.1. Interactividad
- 2.5.2. Agencia
- 2.5.3. Diferentes estructuras narrativas no lineales

2.6. *Storytelling* digital
- 2.6.1. Las narrativas digitales
- 2.6.2. El origen del digital *Storytelling*: historias de vida
- 2.6.3. *Storytelling* digital y transmedia

2.7. Anclas narrativas transmedia: mundos, personajes, tiempo y líneas temporales, mapas, espacio
- 2.7.1. El momento del salto
- 2.7.2. Mundos imaginarios
- 2.7.3. Participación del público

2.8. Fenómeno fan, canon y transmedia
- 2.8.1. La figura del fan
- 2.8.2. *Fandom* y productividad
- 2.8.3. Conceptos clave en la relación entre transmedia y cultura de fans

2.9. Implicación de los públicos (estrategias de *Engagement, Crowdsourcing, Crowdfunding*, etc.)
- 2.9.1. Niveles de implicación: seguidores, entusiastas, fans
- 2.9.2. El público, el colectivo, la multitud
- 2.9.3. *Crowdsourcing y Crowdfunding*

Módulo 3. Producción de contenidos transmedia

3.1. La fase de ideación del proyecto
- 3.1.1. Relato
- 3.1.2. Plataformas
- 3.1.3. Público

3.2. Documentación, investigación, búsqueda de referentes
- 3.2.1. Documentación
- 3.2.2. Referentes de éxito
- 3.2.3. Aprendiendo de otros

3.3. Estrategias creativas: a la búsqueda de la premisa
- 3.3.1. La premisa
- 3.3.2. Necesidad de la premisa
- 3.3.3. Proyectos coherentes

3.4. Plataformas, relato y participación. Un proceso iterativo
- 3.4.1. Proceso creativo
- 3.4.2. Conexión entre las distintas piezas
- 3.4.3. Las narrativas transmedia como proceso

3.5. La propuesta narrativa: relato, arcos, mundos, personajes
- 3.5.1. El relato y los arcos narrativos
- 3.5.2. Mundos y universos
- 3.5.3. Personajes como centro del relato

3.6. El soporte óptimo de nuestra narrativa. Formatos y plataformas
- 3.6.1. El medio y el mensaje
- 3.6.2. Selección de plataformas
- 3.6.3. Selección de formatos

3.7. Diseño de la experiencia y la participación. Conoce a tu audiencia
- 3.7.1. Descubre a tu público
- 3.7.2. Niveles de participación
- 3.7.3. Experiencia y memorabilidad

3.8. La biblia de producción transmedia: enfoque, plataformas, viaje del usuario
- 3.8.1. La biblia de producción transmedia
- 3.8.2. Enfoque y plataformas
- 3.8.3. Viaje del usuario

3.9. La biblia de producción transmedia: estética del proyecto y necesidades materiales y técnicas
- 3.9.1. Importancia de la estética
- 3.9.2. Posibilidades y producción
- 3.9.3. Necesidades materiales y técnicas

3.10. La biblia de producción transmedia: estudios de casos de modelos de negocio
- 3.10.1. Diseño del modelo
- 3.10.2. Adaptación del modelo
- 3.10.3. Casos

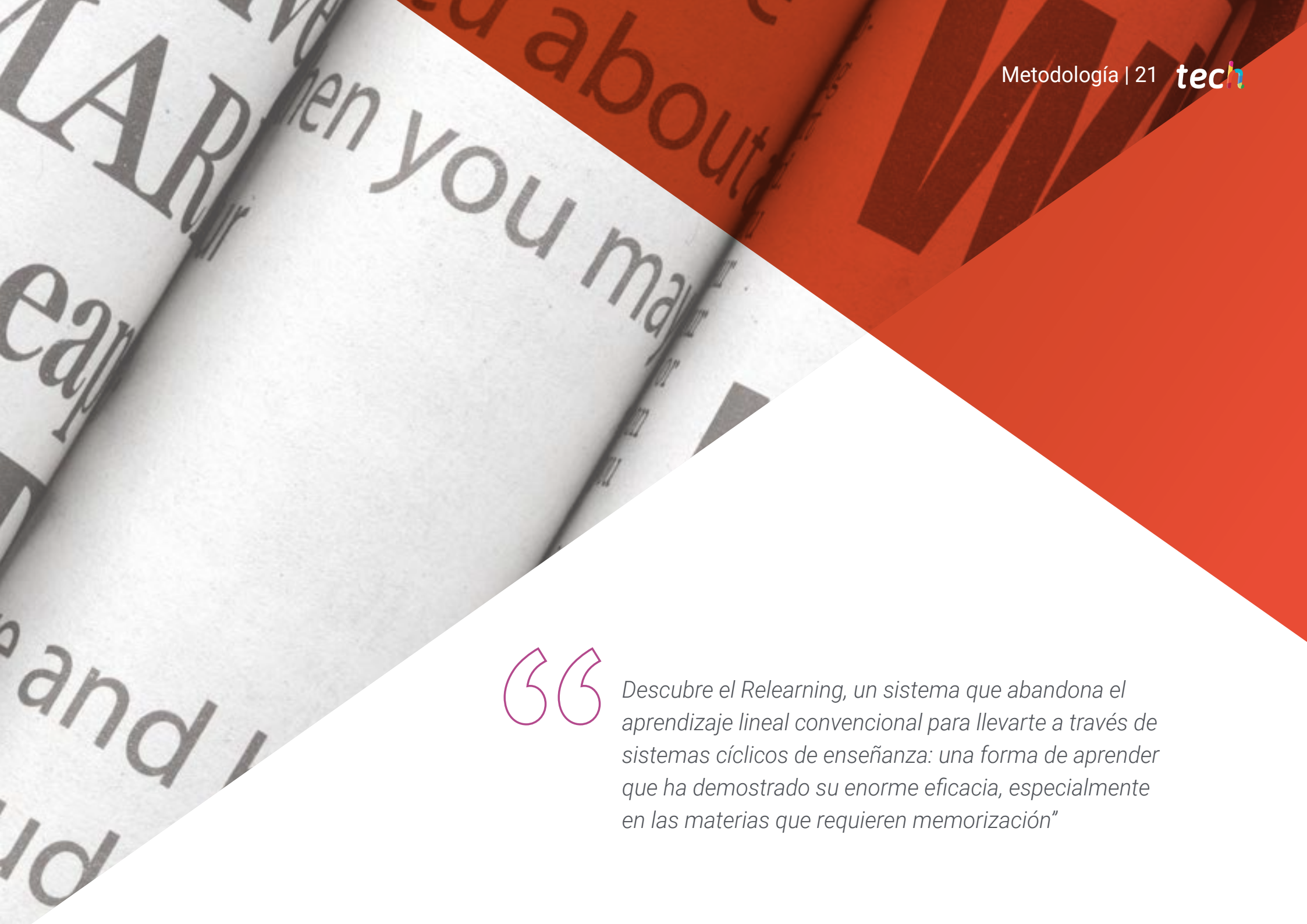
05

Metodología

Este programa de capacitación ofrece una forma diferente de aprender. Nuestra metodología se desarrolla a través de un modo de aprendizaje de forma cíclica: ***el Relearning***.

Este sistema de enseñanza es utilizado, por ejemplo, en las facultades de medicina más prestigiosas del mundo y se ha considerado uno de los más eficaces por publicaciones de gran relevancia como el ***New England Journal of Medicine.***





Descubre el Relearning, un sistema que abandona el aprendizaje lineal convencional para llevarte a través de sistemas cíclicos de enseñanza: una forma de aprender que ha demostrado su enorme eficacia, especialmente en las materias que requieren memorización"

Estudio de Caso para contextualizar todo el contenido

Nuestro programa ofrece un método revolucionario de desarrollo de habilidades y conocimientos. Nuestro objetivo es afianzar competencias en un contexto cambiante, competitivo y de alta exigencia.

Con TECH podrás experimentar una forma de aprender que está moviendo los cimientos de las universidades tradicionales de todo el mundo"



Accederás a un sistema de aprendizaje basado en la reiteración, con una enseñanza natural y progresiva a lo largo de todo el temario.



El alumno aprenderá, mediante actividades colaborativas y casos reales, la resolución de situaciones complejas en entornos empresariales reales.

Un método de aprendizaje innovador y diferente

El presente programa de TECH es una enseñanza intensiva, creada desde 0, que propone los retos y decisiones más exigentes en este campo, ya sea en el ámbito nacional o internacional. Gracias a esta metodología se impulsa el crecimiento personal y profesional, dando un paso decisivo para conseguir el éxito. El método del caso, técnica que sienta las bases de este contenido, garantiza que se sigue la realidad económica, social y profesional más vigente.

> *Nuestro programa te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera"*

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo desde que éstas existen. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, el método del caso consistió en presentarles situaciones complejas reales para que tomasen decisiones y emitiesen juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Ante una determinada situación, ¿qué debería hacer un profesional? Esta es la pregunta a la que nos enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos reales. Deberán integrar todos sus conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones.

Relearning Methodology

TECH aúna de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina 8 elementos didácticos diferentes en cada lección.

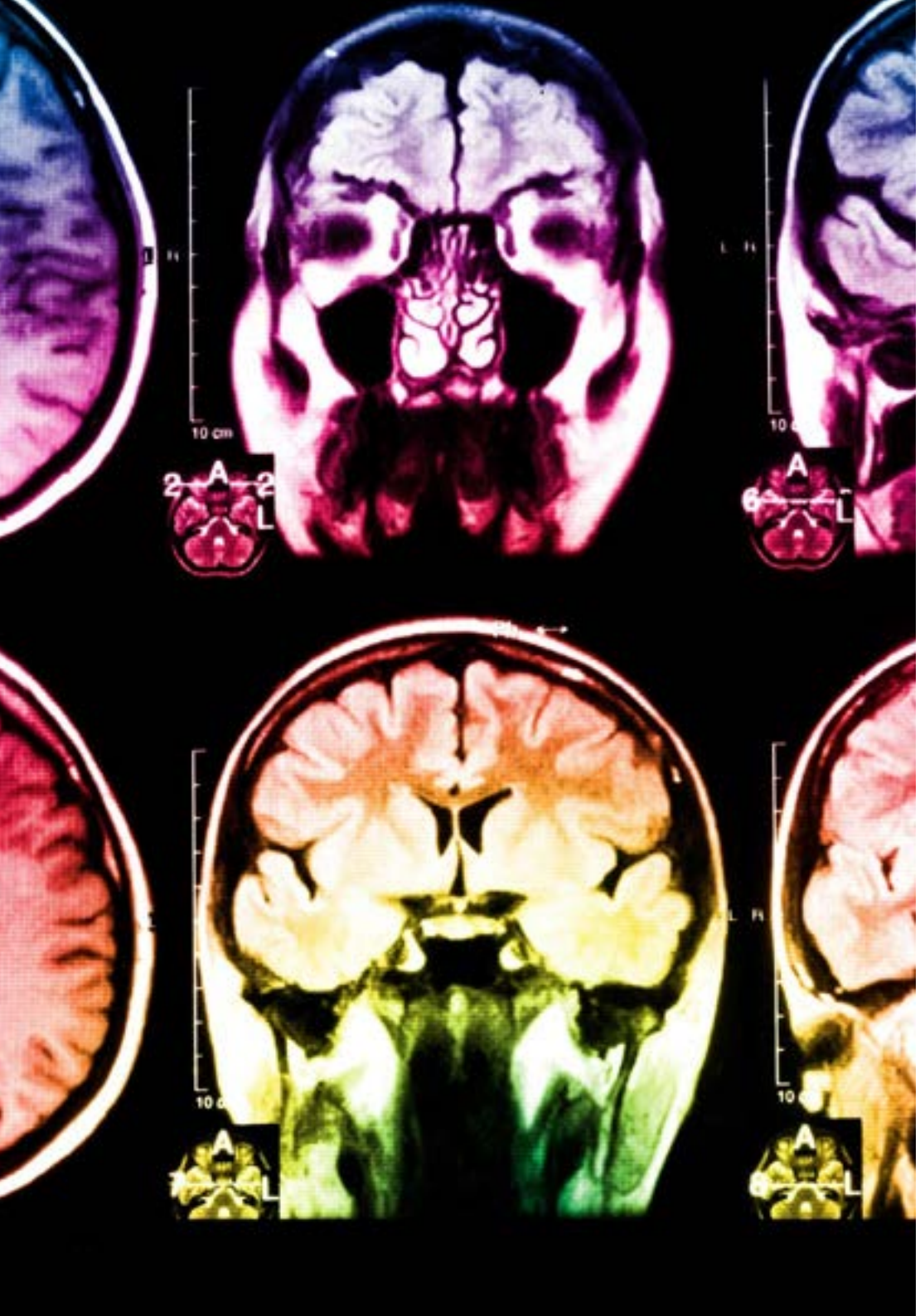
Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

En 2019, obtuvimos los mejores resultados de aprendizaje de todas las universidades online en español en el mundo.

En TECH se aprende con una metodología vanguardista concebida para capacitar a los directivos del futuro. Este método, a la vanguardia pedagógica mundial, se denomina Relearning.

Nuestra universidad es la única en habla hispana licenciada para emplear este exitoso método. En 2019, conseguimos mejorar los niveles de satisfacción global de nuestros alumnos (calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso, objetivos…) con respecto a los indicadores de la mejor universidad online en español.





En nuestro programa, el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprender, desaprender, olvidar y reaprender). Por eso, combinamos cada uno de estos elementos de forma concéntrica. Con esta metodología se han capacitado más de 650.000 graduados universitarios con un éxito sin precedentes en ámbitos tan distintos como la bioquímica, la genética, la cirugía, el derecho internacional, las habilidades directivas, las ciencias del deporte, la filosofía, el derecho, la ingeniería, el periodismo, la historia o los mercados e instrumentos financieros. Todo ello en un entorno de alta exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico alto y una media de edad de 43,5 años.

El Relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu especialización, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.

A partir de la última evidencia científica en el ámbito de la neurociencia, no solo sabemos organizar la información, las ideas, las imágenes y los recuerdos, sino que sabemos que el lugar y el contexto donde hemos aprendido algo es fundamental para que seamos capaces de recordarlo y almacenarlo en el hipocampo, para retenerlo en nuestra memoria a largo plazo.

De esta manera, y en lo que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, los diferentes elementos de nuestro programa están conectados con el contexto donde el participante desarrolla su práctica profesional.

Este programa ofrece los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para los profesionales:

Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual, para crear el método de trabajo online de TECH. Todo ello, con las técnicas más novedosas que ofrecen piezas de gran calidad en todos y cada uno los materiales que se ponen a disposición del alumno.

Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos.

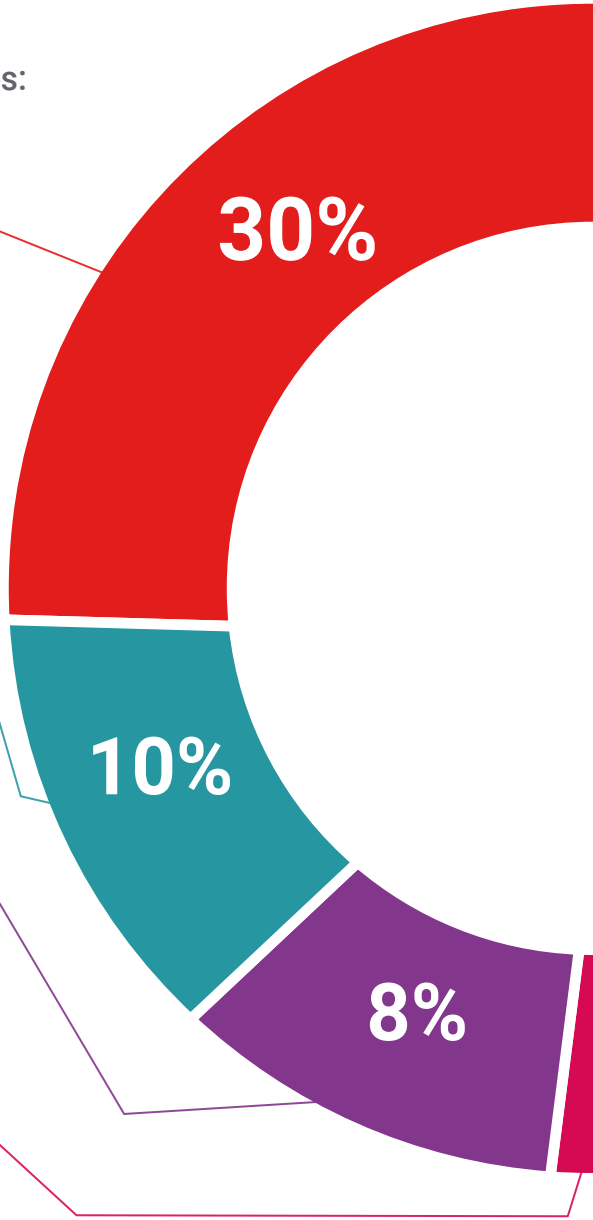
El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.

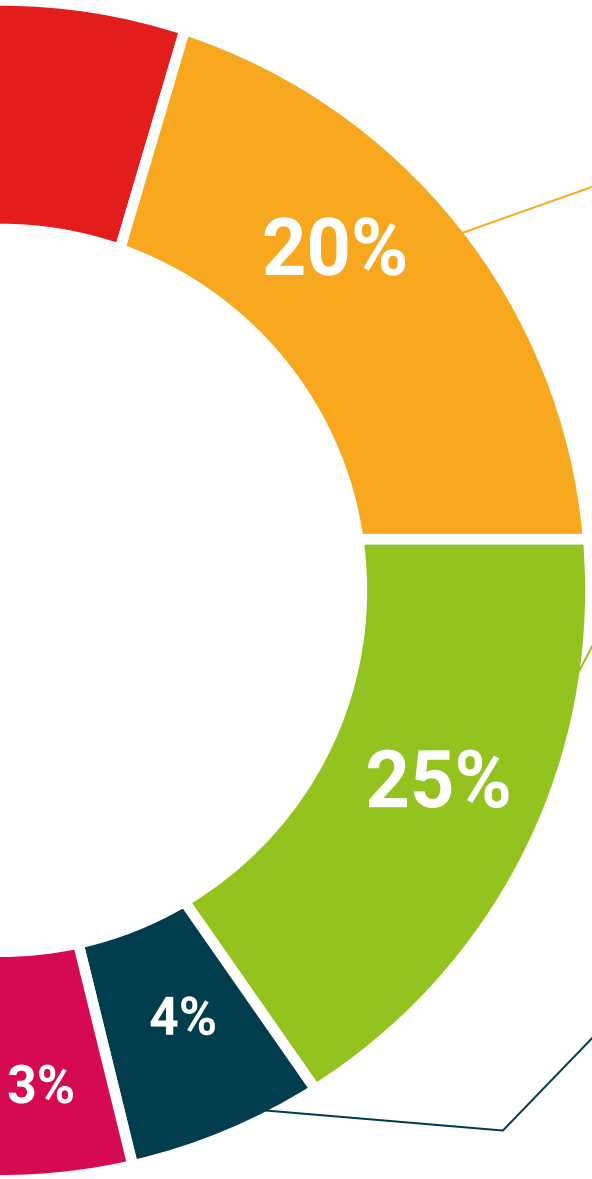
Prácticas de habilidades y competencias

Realizarán actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.

Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso y guías internacionales, entre otros. En la biblioteca virtual de TECH el estudiante tendrá acceso a todo lo que necesita para completar su capacitación.





Case studies

Completarán una selección de los mejores casos de estudio elegidos expresamente para esta titulación. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.

Resúmenes interactivos

El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

Este exclusivo sistema educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".

Testing & Retesting

Se evalúan y reevalúan periódicamente los conocimientos del alumno a lo largo del programa, mediante actividades y ejercicios evaluativos y autoevaluativos para que, de esta manera, el estudiante compruebe cómo va consiguiendo sus metas.

06

Titulación

El Experto Universitario en Transmedia Storytelling garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Experto Universitario expedido por TECH Universidad Tecnológica.





Supera con éxito este programa y recibe una titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites"

Este **Experto Universitario en Transmedia Storytelling** contiene el programa más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal* con acuse de recibo su correspondiente título de **Experto Universitario** emitido por **TECH Universidad Tecnológica.**

El título expedido por **TECH Universidad Tecnológica** expresará la calificación que haya obtenido en el Experto Universitario y reunirá los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores de carreras profesionales.

Título: **Experto Universitario en Transmedia Storytelling**

N.º Horas Oficiales: **450 h.**


tech universidad tecnológica

Otorga la presente

CONSTANCIA

D. _____, con documento de identificación nº_____

Por haber superado con éxito y acreditado el programa de

EXPERTO UNIVERSITARIO

en

Transmedia Storytelling

Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 450 horas, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

TECH es una Institución Particular de Educación Superior reconocida por la Secretaría de Educación Pública a partir del 28 de junio de 2018.

A 17 de junio de 2020

Mtra.Tere Guevara Navarro
Rectora

código único TECH: AFWOR23S techtitute.com/titulos

*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH EDUCATION realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.

tech universidad tecnológica

Experto Universitario
Transmedia Storytelling

Modalidad: **Online**
Duración: **6 meses**
Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **450 h.**

Experto Universitario
Transmedia Storytelling



tech universidad tecnológica