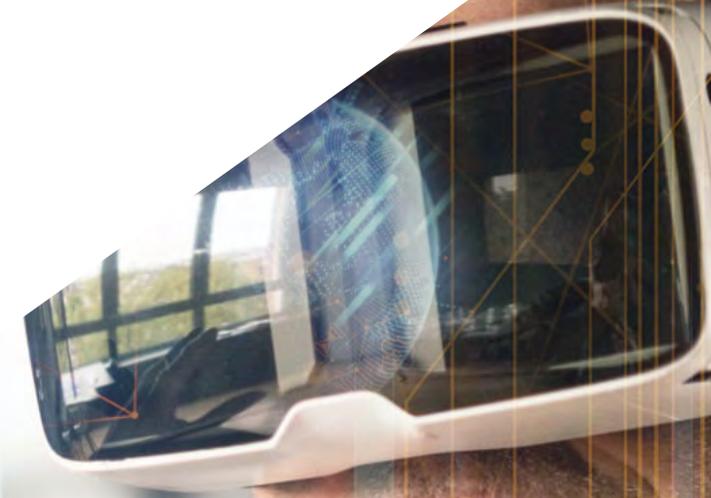


Mastère Spécialé

Management dans le Metaverse





Mastère Spécialé Management dans le Metaverse

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Accès au site web: www.techtitute.com/fr/informatique/master/master-management-metaverse

Sommaire

01

Présentation

page 4

02

Objectifs

page 8

03

Compétences

page 14

04

Direction de la formation

page 18

05

Structure et contenu

page 24

06

Méthodologie

page 34

07

Diplôme

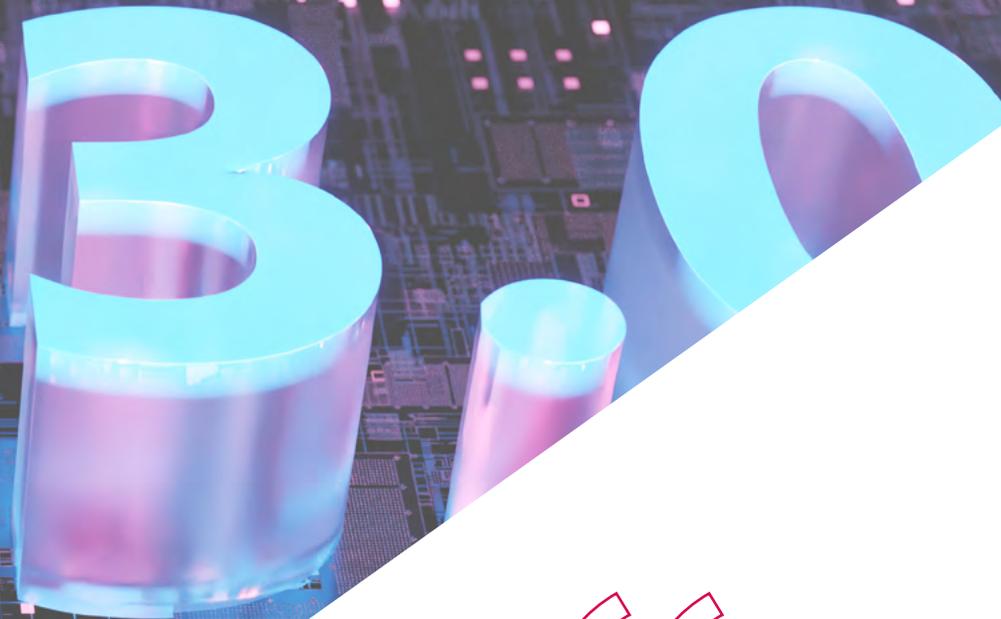
page 42

01

Présentation

Actuellement, l'environnement de *Gaming*, avec des projets tels que *Second Life* mise déjà sur le cyberspace. Cependant, les mondes virtuels sont également intéressants en raison de la facilité avec laquelle ils peuvent être commercialisés. L'économie est ainsi décentralisée, ce qui implique des risques sur le marché et dans les transactions en ligne. C'est pourquoi TECH propose une qualification qui vise à former les professionnels du Metaverse, qui doivent y faire face avec des outils innovants, comme la *Blockchain*. Grâce à TECH, les spécialistes acquerront une connaissance approfondie de l'environnement numérique et de ses agents. En plus, il s'agit d'un programme 100% en ligne qui offre aux étudiants la flexibilité nécessaire pour le suivre et permet d'adapter l'étude à leurs besoins.

A large, 3D, glowing blue and purple 'METAVERSE' text graphic is positioned on the right side of the page. The letters are thick and have a metallic, reflective appearance. The background behind the text is a dark, futuristic digital landscape with glowing lines and points of light, suggesting a virtual or data-driven environment. The overall aesthetic is high-tech and digital.



“

TECH propose un programme 100% en ligne qui vous initiera à la croissance du cyberspace afin que vous puissiez maîtriser ce domaine à la perfection en tant que professionnel du management”

Dans un monde hyperconnecté, l'internet prend une importance croissante. La possibilité offerte par le Metaverse de créer des espaces communautaires dans lesquels les citoyens peuvent développer des avatars qui interagissent entre eux ouvre le débat social sur l'éthique de ces contextes. Par ailleurs, le *Dark Web* est un autre espace qui prolifère les risques sur le Net et peut déstabiliser l'économie centralisée. Cependant, face à ses problèmes, l'avenir que prévoient les experts dans ce domaine est celui du Metaverse.

Pour les professionnels qui souhaitent évoluer dans ce domaine émergent ou qui y travaillent déjà et veulent mettre à jour leurs connaissances, TECH a conçu un programme complet et rigoureux qui aborde le contexte du cyberspace et ses tendances à moyen et long terme. Ce diplôme d'un an comprend des contenus audiovisuels de différents formats et tout un réseau de simulations réelles sur la gestion du Metaverse, afin que les étudiants puissent développer leurs propres projets avec toutes les garanties de succès.

Il s'agit d'une expérience académique de 1 500 heures basée sur l'expérience d'une équipe d'enseignants experts dans le paradigme virtuel. Les étudiants pourront ainsi acquérir toutes les connaissances du Web 3.0, de la Finance et de l'Investissement Décentralisés (DeFi), des nouvelles technologies et de l'industrie du *Gaming*. De plus, ils disposeront d'un canal de communication direct par lequel ils pourront contacter les enseignants et résoudre tous leurs doutes sur le sujet. Tout cela, avec la flexibilité d'un mode 100% en ligne, les facilités d'étude intégrées aux matériels et en seulement 12 mois de formation.

Ce **Mastère Spécialisé en Management dans le Metaverse** contient le programme académique le plus complet et le plus actuel du marché. Les principales caractéristiques sont les suivantes:

- ◆ Le développement d'études de cas présentées par des experts en Metaverse, *Blockchain* et *Gaming*
- ◆ Des contenus graphiques, schématiques et éminemment pratiques avec lesquels ils sont conçus fournissent des informations sanitaires essentielles à la pratique professionnelle
- ◆ Les exercices pratiques d'auto-évaluation pour améliorer l'apprentissage
- ◆ Les méthodologies innovantes
- ◆ Des cours théoriques, des questions à l'expert, des forums de discussion sur des sujets controversés et un travail de réflexion individuel
- ◆ La possibilité d'accéder aux contenus depuis tout appareil fixe ou portable doté d'une simple connexion à internet



Développez les connaissances approfondies du méta-univers et devenir un professionnel ayant des compétences dans les projets tridimensionnels et virtuels"

“

Vous souhaitez maîtriser les outils de Marketing et de publicité pour intervenir dans le Metaverse? Inscrivez-vous maintenant à ce Mastère Spécialisé pour l'obtenir"

Le programme comprend un corps enseignant, formé de professionnels du domaine, qui apportent à cette formation l'expérience de leur travail, ainsi que des spécialistes reconnus de grandes sociétés et d'universités prestigieuses.

Grâce à son contenu multimédia développé avec les dernières technologies éducatives, les spécialistes bénéficieront d'un apprentissage situé et contextuel. Ainsi, ils se formeront dans un environnement simulé qui leur permettra d'apprendre en immersion et de s'entraîner dans des situations réelles.

La conception de ce programme est basée sur l'Apprentissage par les Problèmes, grâce auquel le professionnel devra essayer de résoudre les différentes situations de pratique professionnelle qui se présentent tout au long de la formation. Pour ce faire, il sera assisté d'un système vidéo interactif innovant créé par des experts reconnus.

Le Métavers est un monde parallèle qui ne dort jamais, plongez dans ses méandres pour agir avec succès dans la création d'espaces commerciaux virtuels.

Inscrivez-vous à ce Mastère Spécialisé et découvrez l'impact de l'industrie technologique et la création du concept GameFi dans le paradigme actuel.



02 Objectifs

L'essor du Marketing Numérique a obligé les entreprises à s'adapter et à s'appuyer sur des professionnels qui maîtrisent les nouvelles tendances. Compte tenu du succès du cyberspace et des transactions qui s'y déroulent, TECH a conçu un diplôme qui vise à élargir et à actualiser les connaissances des informaticiens et des professionnels du Marketing Numérique, afin qu'ils progressent dans le cyber environnement. Il s'agit d'un programme qui va du Web 3.0 aux principaux acteurs du Metaverse. Tout cela, avec une approche complète et approfondie du panorama actuel et futur des possibilités offertes par le monde virtuel.

The background of the slide is a vibrant, abstract graphic representing the Metaverse. It features a complex network of glowing lines and nodes in shades of blue, purple, and pink. A prominent 3D wireframe cube is visible in the lower right corner. The word 'METaverse' is written in a bold, white, sans-serif font across the upper right portion of the image, with the 'M' partially cut off by the edge of the frame.

METaverse



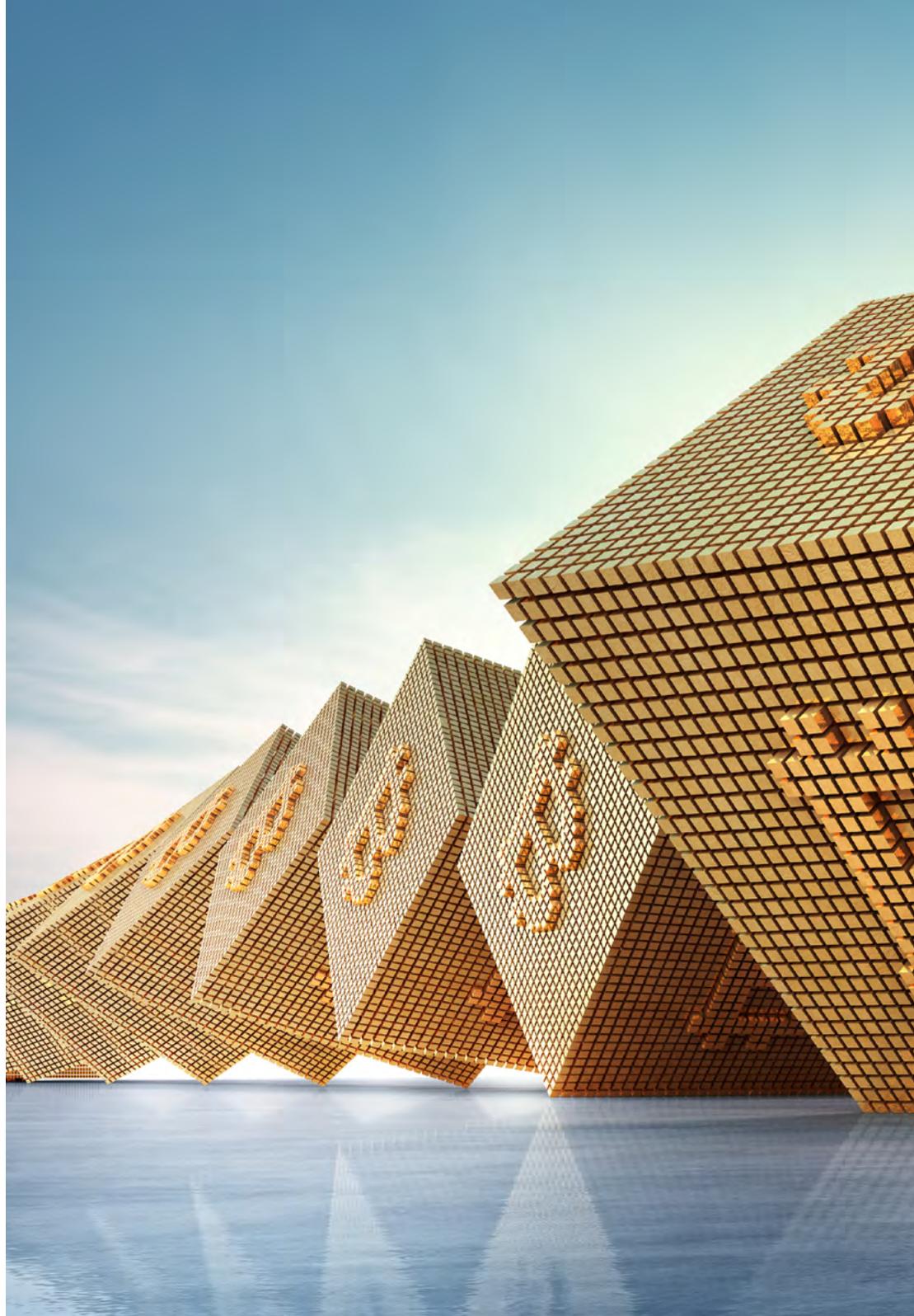
“

Dans le Campus Virtuel, vous trouverez tout le matériel théorique et pratique qui vous rapprochera de vos objectifs dans l'industrie du jeu sans dépendre d'horaires fixes"



Objectifs généraux

- ◆ Générer des connaissances spécialisées sur la Web 3.0
- ◆ Examiner chacun des éléments qui composent un Metaverse
- ◆ Développer un Metaverse à partir des outils et composants disponibles
- ◆ Metaverse *Blockchain* n tant que modèle de gouvernance des données
- ◆ Établir le lien entre la *Blockchain* et le présent et l'avenir du Metaverse
- ◆ Découvrez les cas d'utilisation et l'impact de la finance décentralisée dans notre monde actuel et futur
- ◆ Analyser l'évolution de l'industrie du jeu vidéo et les premiers exemples primitifs de Metaverse
- ◆ Examiner les modèles commerciaux classiques, l'état général du secteur et la création du concept *GameFi*
- ◆ Établir des synergies entre les *e-Sports* et les autres écosystèmes de l'industrie du *Gaming* concernant les Metaverses actuels
- ◆ Développer de nouvelles compétences permettant à l'étudiant d'identifier les opportunités commerciales dans les différents supports du métavers
- ◆ Identifier et promouvoir tous les canaux de monétisation possibles au sein des Metaverses
- ◆ Approfondir l'expérience du Métavers sous un angle différent, en étant capable de comprendre comment tout ce développement potentiel nous affecte et de répondre à toutes les questions de son application à moyen-long terme
- ◆ Intégrer le Métavers dans notre vie quotidienne afin de pouvoir en tirer le meilleur parti dans tous les domaines
- ◆ Faire face à tous les changements que le Metaverse propose pour l'avenir et à la manière dont ils peuvent affecter votre vie, votre entreprise ou vos relations avec les autres





Objectifs spécifiques

Module 1. Le Web 3.0. Les bases du Metaverse

- ◆ Analyser l'évolution du Web jusqu'au Web 3.0
- ◆ Justifier l'importance des valeurs et des principes qui donnent vie au Web 3.0
- ◆ Explorer les possibilités offertes par la technologie pour résoudre les besoins
- ◆ Examiner les couches technologiques du Web 3.0 et la fonction
- ◆ Déterminer le rôle des utilisateurs dans l'évolution du Web 3.0
- ◆ Décrypter les opportunités commerciales pour les utilisateurs et les organisations
- ◆ Naviguer du Web 3.0 au Metaverse

Module 2. Metaverse

- ◆ Fonder le Web 3.0 en tant que composante essentielle de la création d'un Metaverse
- ◆ Déterminer les obstacles et le potentiel de la RV et de l'IA
- ◆ Examiner la législation qui sous-tend les Metaverses
- ◆ Analyser les différents types d'identité numérique à la base d'un Metaverse
- ◆ Établir la pertinence des avatars comme point de départ d'un Metaverse
- ◆ Préciser pourquoi trois aspects clés du Metaverse peuvent en faire un scénario multi-activités
- ◆ Développer les composants du Metaverse dans des cas d'utilisation réels

Module 3. *Blockchain*: la clé de la construction d'un Metaverse décentralisé

- ◆ Examiner l'importance des valeurs de la *Blockchain* dans un nouveau monde virtuel
- ◆ Approfondir les opportunités que la *Blockchain* nous offre en tant qu'utilisateurs du Metaverse
- ◆ Développer des modèles d'affaires Metaverse, alimentés par la *Blockchain*
- ◆ Décrypter le rôle des données dans le Metaverse
- ◆ Transformer les cas d'utilisation de la *Blockchain* en valeur pour les utilisateurs du Metaverse
- ◆ Analyser la valeur de l'intégration de divers cas d'utilisation de la *Blockchain* dans un environnement unique
- ◆ Évaluer ce que le Metaverse signifie pour la nouvelle ère de l'Internet

Module 4. Finance et investissement décentralisés (DeFi) dans le Metaverse

- ◆ Acquérir une compréhension générale du paysage financier traditionnel, de ses lacunes et de ses points forts
- ◆ Déterminer les motivations de la finance décentralisée et les solutions qu'elle apporte
- ◆ Développer les concepts fondamentaux de la finance décentralisée
- ◆ Découvrir le fonctionnement des principales plateformes de l'écosystème
- ◆ Examiner les concepts intermédiaires de la finance décentralisée appliqués aux projets Web3
- ◆ Analyser les cas d'utilisation de la finance décentralisée dans le Metaverse
- ◆ Développer la capacité à extrapoler les concepts de la finance décentralisée dans le futur dans le Metaverse

Module 5. Technologies avancées pour le développement du Metaverse

- ◆ Acquérir une compréhension spécialisée du paysage technologique actuel appliqué au Web 3.0 et au Metaverse
- ◆ Développer la capacité à comprendre les concepts de programmation avancés
- ◆ Générer des connaissances spécialisées dans les concepts de *Blockchain* avancés
- ◆ Connaître l'utilisation des environnements de développement et de conception appliqués à l'industrie du jeu vidéo et à la programmation
- ◆ Analyser la grande variété de technologies qui peuvent être appliquées au Metaverse
- ◆ Évaluer les possibilités d'interconnexion entre les plateformes et les fournisseurs dans l'écosystème du Metaverse
- ◆ Améliorer la capacité de projection des technologies actuelles dans l'avenir

Module 6. Industrie du *Gaming* et les *e-Sports* comme porte d'entrée vers le Metaverse

- ◆ Déterminer les jeux vidéo les plus influents de l'histoire qui ont conduit au concept du Metaverse
- ◆ Établir comment les jeux vidéo multijoueurs en ligne sont apparus et ce qu'ils ont apporté en devenant populaires, ainsi que les expériences qu'ils ont transférées dans les environnements virtuels actuels
- ◆ Analyser la situation actuelle de l'industrie du jeu vidéo et les différents modèles commerciaux qui facilitent la viabilité de leurs projets
- ◆ Approfondir la définition du *Play to Earn* afin de comprendre les différences conceptuelles par rapport au modèle *Play & Earn*
- ◆ Comprendre ce que signifie le paradigme du joueur-investisseur afin de déterminer et d'étudier des *Targets* spécifiques au sein de l'industrie

- ◆ Être capable de distinguer, en détail, les expériences interactives des jeux Établir les différences entre les deux concepts afin de définir les objectifs à atteindre au sein de l'entreprise
- ◆ Être capable d'appliquer les outils fournis par la technologie d'aujourd'hui pour créer des synergies entre des marchés de niche tels que les *e-Sports* et le Metaverse

Module 7. Modèles commerciaux Cas d'utilisation en Metaverse

- ◆ Développer les capacités des entreprises dans le Metaverse dans différents secteurs et industries
- ◆ Analyser différentes actions à impact social pouvant être reproduites dans le monde réel
- ◆ Déterminer de nouvelles voies pour la formation et l'apprentissage par le biais du *e-Learning* dans le Metaverse
- ◆ Renforcer la présence des marques dans le Metaverse
- ◆ Justifier pourquoi le *Business to Avatar* est le premier modèle d'entreprise pour les marques
- ◆ Établir les avantages et les défis auxquels les marques sont confrontées en exploitant le Metaverse
- ◆ Analyser les modèles d'entreprise appliqués à des cas réels dans le Metaverse

Module 8. Écosystème du Metaverse et principaux acteurs

- ◆ Analyser l'impact de *Opensource* sur le développement de l'écosystème Metaverse
- ◆ Examiner le rôle des communautés dans l'évolution de l'écosystème
- ◆ Raisonner sur le nouveau contexte social de l'ère exponentielle
- ◆ Distinguer les acteurs de l'écosystème et comprendre leur fonction
- ◆ Approfondir les projets développant des Metaverses en collaboration avec un écosystème
- ◆ Explorer les opportunités commerciales offertes par les écosystèmes
- ◆ Comprendre la nécessité de créer un écosystème pour obtenir une image complète

Module 9. Marketing dans le Metaverse

- ◆ Structurer un plan marketing dans un nouvel univers
- ◆ Développer des stratégies marketing dans le Metaverse
- ◆ Identifier les avantages du métavers et du marketing immersif pour les entreprises
- ◆ Déterminer comment exploiter le NFT comme une passerelle vers la publicité dans le metaverse
- ◆ Monétiser le metaverse
- ◆ Développer de nouvelles capacités de rupture
- ◆ Gérer des équipes pluridisciplinaires de production de metaverse

Module 10. Situation actuelle dans la course à la construction du futur Metaverse

- ◆ Créer une structure définie pour le fonctionnement et l'application du métavers dans tous les domaines où il sera développé
- ◆ Identifier les opportunités que l'application du Metaverse pose au niveau personnel, sociétal et commercial
- ◆ Intérioriser les défis des secteurs obligés de s'adapter dans leur immersion dans le Metaverse, et comment les résoudre pour en trouver les avantages et les utiliser à leur profit
- ◆ Analyser tous les facteurs qui peuvent vous affecter psychologiquement en impliquant votre vie dans un univers irréel afin d'appliquer des limites
- ◆ Améliorer les idées déjà établies pour le Metaverse et être capable de trouver des solutions aux défis actuellement rencontrés dans son développement
- ◆ Analyser tous les acteurs, les domaines et les opportunités soulevés jusqu'à présent dans l'idée du Metaverse
- ◆ Pouvoir réagir aux implications sociales et psychologiques du Metaverse dans le présent et renforcer cette connaissance comme base pour les problèmes futurs dans ces domaines

03

Compétences

Ce Mastère Spécialisé en Management dans le Metaverse vise à développer les compétences des diplômés en informatique, et d'autres disciplines dans ce domaine, afin qu'ils soient en mesure de développer les modèles d'affaires du métavers, améliorés par la *Blockchain*. Pour ce faire, au cours de ce programme, les étudiants se pencheront sur l'industrie du *Gaming* et les *e-Sports* en tant que voie d'accès au Metaverse, ainsi que sur les modèles d'entreprise qui existent dans ce paradigme virtuel et dans l'écosystème qui l'entoure. Ainsi, le spécialiste acquerra des connaissances théoriques ou pratiques qui faciliteront la prise de décision et la résolution de problèmes dans le domaine du Marketing du Cyberspace.



“

Désormais, vous disposez d'une qualification NFT moderne et orientée vers la communauté, ce qui vous permet d'opérer sur le marché des cryptomonnaies en toute confiance"



Compétences générales

- ♦ Examiner l'importance des valeurs de la *Blockchain* dans un nouveau monde virtuel
- ♦ Approfondir les opportunités que la *Blockchain* nous offre en tant qu'utilisateurs du Metaverse
- ♦ Fonder le Web 3.0 en tant que composante essentielle de la création d'un Metaverse
- ♦ Déterminer les obstacles et le potentiel de la RV et l'IA
- ♦ Acquérir une compréhension générale du paysage financier traditionnel, de ses lacunes et de ses points forts
- ♦ Déterminer les motivations de la finance décentralisée et les solutions qu'elle apporte
- ♦ Acquérir une compréhension spécialisée du paysage technologique actuel appliqué au Web 3.0 et au Metaverse
- ♦ Développer la capacité à comprendre les concepts de programmation avancés
- ♦ Déterminer les jeux vidéo les plus influents de l'histoire qui ont conduit au concept du Metaverse
- ♦ Établir comment les jeux vidéo multijoueurs en ligne sont apparus et ce qu'ils ont apporté en devenant populaires, ainsi que les expériences qu'ils ont transférées dans les environnements virtuels actuels
- ♦ Développer les capacités des entreprises dans le Metaverse dans différents secteurs et industries
- ♦ Analyser différentes actions à impact social pouvant être reproduites dans le monde réel
- ♦ Analyser l'impact de *Opensource* sur le développement de l'écosystème Metaverse
- ♦ Examiner le rôle des communautés dans l'évolution de l'écosystème
- ♦ Structurer un plan marketing dans un nouvel univers
- ♦ Développer des stratégies marketing dans le Metaverse
- ♦ Créer une structure définie pour le fonctionnement et l'application du métavers dans tous les domaines où il sera développé
- ♦ Identifier les opportunités que l'application du Metaverse pose au niveau personnel, sociétal et commercial



Compétences spécifiques

- ◆ Décrypter les opportunités commerciales pour les utilisateurs et les organisations
- ◆ Naviguer du Web 3.0 au Metaverse
- ◆ Examiner la législation qui sous-tend les Metaverses
- ◆ Analyser les différents types d'identité numérique à la base d'un Metaverse
- ◆ Décrypter le rôle des données dans le Metaverse
- ◆ Transformer les cas d'utilisation de la *Blockchain* en valeur pour les utilisateurs du Metaverse
- ◆ Développer les concepts fondamentaux de la finance décentralisée
- ◆ Découvrir le fonctionnement des principales plateformes de l'écosystème
- ◆ Évaluer les possibilités d'interconnexion entre les plateformes et les fournisseurs dans l'écosystème du Metaverse
- ◆ Améliorer la capacité de projection des technologies actuelles dans l'avenir
- ◆ Distinguer en détail les expériences interactives des jeux Établir les différences entre les deux concepts pour définir les objectifs à atteindre au sein de l'entreprise
- ◆ Appliquer les outils fournis par la technologie d'aujourd'hui pour créer des synergies entre des marchés de niche tels que les *e-Sports* et le Metaverse
- ◆ Justifier pourquoi le *Business to Avatar* est le premier modèle d'entreprise pour les marques
- ◆ Établir les avantages et les défis auxquels les marques sont confrontées en exploitant le Metaverse
- ◆ Distinguer les acteurs de l'écosystème et comprendre leur fonction
- ◆ Approfondir les projets développant des Metaverses en collaboration avec un écosystème
- ◆ Monétiser le metaverse
- ◆ Développer de nouvelles capacités de rupture
- ◆ Améliorer les idées déjà établies pour le Metaverse et être capable de trouver des solutions aux défis actuellement rencontrés dans son développement
- ◆ Pouvoir réagir aux implications sociales et psychologiques du Metaverse dans le présent et renforcer cette connaissance comme base pour les problèmes futurs dans ces domaines



Découvrez le contexte virtuel et comprenez les modèles d'entreprise qui se sont avérés les plus performants ces dernières années. Maîtrisez avec TECH le Business to Avatar"

04

Direction de la formation

Dans sa quête de rigueur académique, TECH Université Technologique a proposé ce diplôme en collaboration avec une équipe d'experts qui transmettront aux étudiants des connaissances en matière de Web 3.0, de Metaverse et de *Blockchain*. Les enseignants de ce programme sont des spécialistes en *Business Administration*, Marketing et de l'Ingénierie et ont leurs propres projets de *Management*. Grâce à cette collaboration, les étudiants inscrits bénéficieront à la fois d'un programme de grande qualité et de la possibilité de discuter et de partager leurs expériences dans le Metaverse et de s'inspirer de l'esprit d'entreprise des enseignants. Ainsi, les étudiants seront en mesure d'intégrer dans leurs performances technologiques les techniques et stratégies les plus récentes dans le domaine commercial de l'industrie du *Gaming*.



“

N'attendez plus, bénéficiez des connaissances fiables d'experts ayant une grande expérience de l'environnement Metaverse pour vous guider dans l'utilisation des plateformes DeFi telles que Featured By Binance"

Directeur invité international

Andrew Schwartz est un expert en innovation numérique et en stratégie de marque, spécialisé dans l'intégration du **Métaverse** au **développement commercial** et aux **plateformes numériques**. En fait, ses centres d'intérêt vont de la **création de contenu** et de la **gestion de startups** à la mise en œuvre de stratégies de **médias sociaux** et à l'activation de grandes idées. Ainsi, tout au long de sa carrière, il a mené des projets visant à générer des résultats concrets et mesurables, en tirant parti de la convergence entre la **technologie** et les **entreprises**.

Durant sa carrière professionnelle, il a travaillé chez **Nike** en tant que **Directeur de l'Ingénierie du Métaverse**, dirigeant une équipe multidisciplinaire de développeurs, de concepteurs et de scientifiques des données pour explorer le potentiel du **Métaverse** dans l'évolution de la **connectivité numérique et physique**. À ce titre, il a élaboré des stratégies pour la création de produits et de processus innovants, ainsi que d'**outils Web3** et de **jumeaux numériques** qui ont redéfini l'interaction des **consommateurs** avec la marque. Il a également été **Directeur des Expériences pour Momentos Deportivos**.

Il a également collaboré en tant que **Conseiller Stratégique pour l'Innovation Technologique Exponentielle** à la **Fondation AI MINDSystems**, où il a contribué au développement de **technologies émergentes** et a publié des **articles** sur l'impact du **Métaverse** et de l'**Intelligence Artificielle** sur l'avenir de l'**entreprise**. Sa capacité à anticiper les **tendances** et sa vision stratégique l'ont positionné comme un professionnel influent dans la **transformation numérique mondiale**.

Au niveau international, il a été une référence dans l'application du **Métaverse** dans l'industrie du **sport** et du **commerce**, en contribuant à des projets qui ont marqué un avant et un après dans la manière de comprendre la relation entre la **technologie** et la **marque**. En ce sens, son travail a été récompensé par de nombreux **prix** et a consolidé sa réputation d'innovateur qui défie les limites conventionnelles.



M. Schwartz, Andrew

- ♦ Directeur de l'Ingénierie du Métaverse, Nike, Boston, États-Unis
- ♦ Directeur des Expériences du Moment Sportif chez Nike
- ♦ Conseiller Stratégique sur l'Innovation Technologique Exponentielle à la *Fondation AI MINDSystems*
- ♦ Directeur de l'Innovation chez Intralinks
- ♦ Responsable des Produits Numériques chez Blue Cross Blue Shield of Massachusetts
- ♦ Responsable de l'Innovation de Contenu chez Leia Inc
- ♦ Directeur de la Stratégie de Marque chez Interbrand
- ♦ Directeur du Développement et Chef du Groupe Internet Strata-G chez Strata-G Communications
- ♦ Membre de:
 - ♦ Conseil Consultatif sur la *Blockchain* à l'Université d'État de Portland
 - ♦ Comité Scolaire du District Scolaire Régional d'Acton-Boxborough

“

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

Direction



M. Cavestany Villegas, Íñigo

- ♦ Co-Founder & Head of Ecosystem de Second World
- ♦ Leader de Web3 y Gaming
- ♦ Spécialiste IBM Cloud chez IBM
- ♦ Conseiller de Netspot OTN, Velca et Poly Cashback
- ♦ Professeur des Ecoles de Commerce telles que l'IE Business School et l'IE Human Sciences and Technology
- ♦ Diplôme en Business Administration, IE Business School
- ♦ Master en Business Development à l'Université Autonome de Madrid
- ♦ Spécialiste IBM Cloud
- ♦ Certification IBM Cloud Solution Advisor Professional

Professeurs

M. Cameo Gilabert, Carlos

- ♦ Fundador et Chief Technology Officer à Second World
- ♦ Co-fondateur de Netspot
- ♦ Co-fondateur de Banc
- ♦ Chief Technology Officer à Jovid
- ♦ Développeur Full Stack freelance
- ♦ Ingénieur Industriel de l'Université Polytechnique de Madrid
- ♦ Master en Data Science de l'Université Polytechnique de Madrid

M. López López, Carlos

- ♦ Ingénieur Spécialiste en Administration des Affaires
- ♦ Fondateur et CEO de SecondWorld
- ♦ Fondateur de Netspot Hub
- ♦ Digitalization & Market Research à Cantabria Labs
- ♦ Diplôme de Soins Ingénierie de l'Université Européenne
- ♦ Diplôme en Administration des Affaires de l'IE Business School

M. López-Gasco, Alejandro

- ◆ Co-fondateur de SecondWorld et Chef de Metaverse
- ◆ Co-fondateur de TrueSushi
- ◆ Responsable du Développement des Affaires pour Amazon
- ◆ Licence en Droit et Marketing de l'Université Complutense de Madrid
- ◆ HSK4 Chinois Mandarin à Beijing Language and Culture Universityrsité de Langue et Culture de Pékin
- ◆ Máster en M&A and Private Equity à IEB
- ◆ Cross Border E-Commerce Bootcamp à Shanghai Normal University

M. Sánchez Temprado, Alberto

- ◆ Project Manager à SecondWorld
- ◆ Game Evaluation Manager à Facebook
- ◆ Game Analyst à PlayGiga
- ◆ Level Designer à BlackChiliGoat Studio
- ◆ Game Designer à Kalpa Games
- ◆ Diplôme de Communication Audiovisuelle de l'Université Complutense de Madrid
- ◆ Master en Game Design à l'Université Complutense de Madrid
- ◆ Master en Cinéma, Télévision et Communication Audiovisuelle à l'Université Complutense de Madrid

M. Casero García, Marco Antonio

- ◆ Chief Operating Officer à SecondWorld
- ◆ Event Manager à The Pokémon Company International
- ◆ Manager de Metropolis Ab Alea SL
- ◆ PR Comunicacion Manager à Cereal Talent Café
- ◆ Master en Sciences de l'Éducation, Université Rey Juan Carlos
- ◆ Administrateur de Systèmes Informatiques spécialisé dans les Réseaux
- ◆ Master en Gestion Commerciale du CEF Centre d'Etudes Financières
- ◆ Master en Marketing du CEF Centre d'Etudes Financières

M. Fernández Ansorena, Nacho

- ◆ CMO et Co-fondateur de SecondWorld
- ◆ Co-fondateur et Digital Strategy Manage à Polar Marketing
- ◆ Directeur de Projet à PGS Comunicación
- ◆ Co-fondateur et Responsable du Développement à weGroup Solutions
- ◆ Diplôme en Administration et Gestion des Affaires à ESIC

05

Structure et contenu

TECH Université Technologique se distingue dans le milieu académique par l'application de la méthodologie innovante du *Relearning*. Ce système permet aux étudiants d'éviter de longues heures de mémorisation, car ils pourront assimiler toutes les connaissances sur le Metaverse de manière graduelle et simple. Un des objectifs de ce diplôme est de faciliter l'étude des professionnels sans négliger le caractère rigoureux et exigeant de leur formation académique. Par ailleurs, ce Mastère Spécialisé dispose de multiples outils pédagogiques tels que des résumés vidéo, des activités, des exercices d'auto-évaluation et des simulations de cas réels, parmi beaucoup d'autres. C'est donc une opportunité parfaite pour ceux qui cherchent à se lancer dans le développement de projets dans le monde virtuel.





“

Le contenu de ce Mastère Spécialisé a été développé dans un guide de référence qui peut être téléchargé pour être consulté pendant et après l'obtention du diplôme"

Module 1. Web 3.0 Les bases du Metaverse

- 1.1. Internet De ARPAnet au www
 - 1.1.1. ARPANET: l'origine militaire du web
 - 1.1.2. Protocoles et moteurs de recherche actuels
 - 1.1.3. La révolution numérique Réseaux sociaux et commerce électronique
- 1.2. Du Web 2.0 au Web 3.0
 - 1.2.1. Interaction et caractère social du Web
 - 1.2.2. Paradigme de la décentralisation et de l'omniprésence
 - 1.2.3. Web sémantique et intelligence artificielle
- 1.3. Le Web 3.0. Bonnes pratiques
 - 1.3.1. Sécurité et vie privée
 - 1.3.2. Transparence et décentralisation
 - 1.3.3. Rapidité et accessibilité
- 1.4. Web 3.0 : applications
 - 1.4.1. Siri et les nouveaux modèles d'assistants virtuels
 - 1.4.2. Wolfram Alpha ou l'alternative Web 3.0 à Google
 - 1.4.3. *Second Life*. Environnements 3D avancés
- 1.5. Le rôle des entreprises technologiques dans le Web 3.0
 - 1.5.1. De Facebook à Meta
 - 1.5.2. Hyperfinance et entreprises sans CEO
 - 1.5.3. *Metaverse Standards Forum* et Web 5.0
- 1.6. Réglementation et conformité du Web 3.0
 - 1.6.1. Utilisateurs finaux du Web 3.0
 - 1.6.2. Modèles commerciaux des utilisateurs et organisations
 - 1.6.3. Réglementation et conformité
- 1.7. Le web 3.0 dans les entreprises: impact
 - 1.7.1. Impact du Web 3.0 sur les entreprises
 - 1.7.2. Relation sociale entre les marques et les utilisateurs Nouvel environnement
 - 1.7.3. Le commerce électronique, le prochain niveau
- 1.8. Passage au Web 3.0. Nouvel environnement de relations sociales entre les marques et les utilisateurs
 - 1.8.1. Fraude et risques associés
 - 1.8.2. Nouvel environnement de relations sociales entre les marques et les utilisateurs
 - 1.8.3. L'impact environnemental

- 1.9. Les nomades numériques Architectes du Web 3.0
 - 1.9.1. Nouveaux utilisateurs, nouveaux besoins
 - 1.9.2. Les nomades numériques, architectes du Web 3.0
 - 1.9.3. Web 3.0 Contributions
- 1.10. Pas de Web 3.0, pas de Metaverse
 - 1.10.1. Web 3.0 et Metaverse
 - 1.10.2. Environnement virtuel: technologies exponentielles
 - 1.10.3. Web 3.0, connexion avec le monde physique: succès

Module 2. Metaverse

- 2.1. Économie dans le métavers: cryptomonnaies et *Tokens* Non Fongibles (NFT)
 - 2.1.1. Cryptomonnaies et NFT Évolution de l'économie du Metaverse
 - 2.1.2. Économie numérique
 - 2.1.3. Interopérabilité pour une économie durable
- 2.2. Métavers et Web 3.0 dans l'espace des cryptomonnaies
 - 2.2.1. Metaverse & Web 3.0
 - 2.2.2. Technologie décentralisée
 - 2.2.3. Blockchain, la base du Web 3.0 et du Metaverse
- 2.3. Technologies avancées pour le Metaverse
 - 2.3.1. Réalité augmentée et réalité virtuelle
 - 2.3.2. Intelligence artificielle
 - 2.3.3. IoT
- 2.4. Gouvernance d'entreprise: la législation internationale dans le metaverse
 - 2.4.1. La FED
 - 2.4.2. Législation dans le Metaverse
 - 2.4.3. Exploitation minière
- 2.5. Identité numérique des personnes, des biens et des entreprises
 - 2.5.1. Réputation en ligne
 - 2.5.2. Protection
 - 2.5.3. Impact de l'identité numérique dans le monde réel

- 2.6. Nouveaux canaux de vente
 - 2.6.1. *Business to Avatar*
 - 2.6.2. Amélioration de l'expérience des utilisateurs
 - 2.6.3. Produits, services et contenu dans le même environnement
- 2.7. Expériences basées sur des idéaux, croyances et des goûts
 - 2.7.1. L'intelligence artificielle comme force motrice
 - 2.7.2. Des expériences adaptées à l'individu
 - 2.7.3. Le pouvoir de la manipulation de masse
- 2.8. VR, AR, AI & IoT
 - 2.8.1. Technologies avancées Succès du Metaverse
 - 2.8.2. Expérience immersive
 - 2.8.3. Analyse technologique Utilisations
- 2.9. Aspects clés du metaverse: présence, interopérabilité, normalisation
 - 2.9.1. Interopérabilité Premier commandement
 - 2.9.2. Standardisation des Metaverses pour un bon fonctionnement
 - 2.9.3. Les Metaverses du Metaverse
- 2.10. *Real Estate* dans le Metaverse
 - 2.10.1. Méthode du levier en Metaverse
 - 2.10.2. Commerce sans frontières dans les espaces virtuels
 - 2.10.3. Réduction des échanges dans les espaces physiques

Module 3. *Blockchain*: la clé de la construction d'un Metaverse décentralisé

- 3.1. Bitcoin
 - 3.1.1. Satoshi Nakamoto
 - 3.1.2. L'impact du Bitcoin sur le contexte économique, politique et social
 - 3.1.3. L'écosystème du bitcoin: Cas d'utilisation
- 3.2. Blockchains publiques ou privées Nouveau modèle de gouvernance
 - 3.2.1. *Blockchains* publiques ou privées
 - 3.2.2. *Blockchain*. Modèle de gouvernance
 - 3.2.3. *Blockchain*. Cas d'utilisation

- 3.3. *Blockchain*. La valeur des données
 - 3.3.1. La valeur des données dans un nouveau paradigme numérique
 - 3.3.2. La contribution de la *Blockchain* aux données et à leur valeur
 - 3.3.3. Technologies avancées pour travailler avec des données gouvernées
- 3.4. Décentralisation et automatisation du Metaverse
 - 3.4.1. Décentralisation et automatisation
 - 3.4.2. Réponse technologique aux besoins des utilisateurs
 - 3.4.3. Les entreprises du futur
- 3.5. Le modèle de gouvernance du Métavers à travers les DAO
 - 3.5.1. Valeur des DAO pour le Metaverse
 - 3.5.2. Les DAO Règles du jeu transparentes pour l'utilisateur
 - 3.5.3. DAO qui apportent de la valeur au Metaverse3.6.
- 3.6. Propriété et valeur des actifs numériques et tokenisation
 - 3.6.1. La valeur des (NFT) *Non Fungible Tokens*
 - 3.6.2. La tokenisation d'actifs physiques ou virtuels
 - 3.6.3. Actifs numériques dans le Metaverse Cas d'utilisation
- 3.7. l'économie du Metaverse
 - 3.7.1. Stocker et échanger de la valeur avec des cryptomonnaies
 - 3.7.2. Modèles commerciaux des utilisateurs et organisations
 - 3.7.3. Les finances du Metaverse renforcées par *Blockchain*
- 3.8. Identité numérique
 - 3.8.1. Certification de l'identité numérique
 - 3.8.2. Avatars dans le Metaverse
 - 3.8.3. Utilisateurs et organisations Identité numérique
- 3.9. *Smart Contracts*, DApps et *Cryptoverse*
 - 3.9.1. Monde réel vs. monde virtuel. Réinventer leurs activités
 - 3.9.2. Applications décentralisées
 - 3.9.3. *Blockchain* appliquée au Nouvel univers de possibilités
- 3.10. Metaverse Nouvel Internet
 - 3.10.1. Réinventer l'internet grâce au Metaverse
 - 3.10.2. Nouvel environnement économique et social
 - 3.10.3. Connecter le monde physique et le monde virtuel

Module 4. Financement et investissement décentralisés (DeFi) dans le Metaverse

- 4.1. La finance décentralisée (DeFi) dans le Metaverse
 - 4.1.1. Financement décentralisé
 - 4.1.2. Le financement dans un environnement décentralisé
 - 4.1.3. Application de la finance décentralisée
- 4.2. Concepts financiers avancés appliqués à DeFi
 - 4.2.1. Masse monétaire et inflation
 - 4.2.2. Volume et marge commerciale
 - 4.2.3. Garantie et rendement
- 4.3. Modèles d'entreprise DeFi appliqués à Metaverse
 - 4.3.1. *Lending* et *Yield Farming*
 - 4.3.2. Systèmes de paiement
 - 4.3.3. Services bancaires et d'assurance
- 4.4. Plateformes DeFi appliquées à Metaverse
 - 4.4.1. DEXes
 - 4.4.2. *Wallets*
 - 4.4.3. Outils d'analyse
- 4.5. *Cash Flow* dans les projets DeFi axés sur le Metaverse
 - 4.5.1. *Cash Flow* dans les projets DeFi
 - 4.5.2. Sources de *Cash Flow*
 - 4.5.3. Volume vs. Marge
- 4.6. *Token Economics*. Profit dans le Metaverse
 - 4.6.1. *Token Economics*
 - 4.6.2. Utilité de *Token*
 - 4.6.3. Sostenibilidad del *Token*
- 4.7. Gouvernance DeFi focalisée sur le Metaverse
 - 4.7.1. Gouvernance DeFi
 - 4.7.2. Modèle de gouvernance
 - 4.7.3. DAO



- 4.8. Méthode du DeFi sur le Metaverse
 - 4.8.1. Synergies entre DeFi et Metaverse
 - 4.8.2. Valeur du DeFi dans le Metaverse
 - 4.8.3. Croissance du métavers grâce à DeFi
 - 4.9. DeFi dans le Metaverse: cas d'utilisation
 - 4.9.1. DeFi dans le Metaverse Cas d'utilisation
 - 4.9.2. Modèles commerciaux natifs du Web3
 - 4.9.3. Modèles commerciaux hybrides
 - 4.10. Futur DeFi dans le Metaverse
 - 4.10.1. Acteurs concernés
 - 4.10.2. Lignes de développement
 - 4.10.3. L'adoption massive
- Module 5. Technologies avancées pour le développement du Metaverse**
- 5.1. État de l'art dans le développement du Metaverse
 - 5.1.1. Aspects techniques pour le Web 2.0
 - 5.1.2. Technologies de support du Metaverse
 - 5.1.3. Aspects techniques pour le Web 3.0
 - 5.2. Environnement de développement, langages de programmation et *Frameworks* Web 2.0
 - 5.2.1. Environnements de développement du Web
 - 5.2.2. Langage de programmation Web2
 - 5.2.3. Frameworks Web2
 - 5.3. Environnement de développement, langages de programmation et *Frameworks* Web 3.0
 - 5.3.1. Environnements de développement Web2
 - 5.3.2. Langage de programmation Web2
 - 5.3.3. Frameworks Web2
 - 5.4. Oracles et *MultiChain*
 - 5.4.1. Onchain vs. *Offchain*
 - 5.4.2. Interopérabilité
 - 5.4.3. Multichain
 - 5.5. Moteurs graphiques et softwares de design 3D
 - 5.5.1. CPU vs. GPU
 - 5.5.2. Moteurs graphiques
 - 5.5.3. Logiciels de conception 3D
 - 5.6. Appareils et plateformes
 - 5.6.1. Hardware appliqué aux jeux vidéo
 - 5.6.2. Plateformes
 - 5.6.3. Paysage concurrentiel actuel
 - 5.7. *Big data* et intelligence artificielle en Metaverse
 - 5.7.1. Science des données Transformer les données en informations
 - 5.7.2. *Big Data*. Stratégie de cycle de vie des données du Metaverse
 - 5.7.3. L'intelligence artificielle Personnalisation de l'expérience utilisateur
 - 5.8. Réalité augmentée, réalité virtuelle et réalité mixte du Metaverse
 - 5.8.1. Réalités alternatives
 - 5.8.2. Réalité augmentée vs. Réalité virtuelle
 - 5.8.3. Réalité mixte
 - 5.9. *Internet of Things* et reconstruction 3D
 - 5.9.1. Le 5G et les Réseaux Télécommunications
 - 5.9.2. *Internet of Things*
 - 5.9.3. Reconstruction 3D
 - 5.10. Futur de la technologie Metaverse de 2050
 - 5.10.1. Barrières technologiques
 - 5.10.2. Voies de développement
 - 5.10.3. Metaverse de 2050

Module 6. Industrie du *Gaming* et *e-Sports* comme porte d'entrée vers le Metaverse

- 6.1. Le Metaverse à travers les jeux vidéo
 - 6.1.1. Expériences interactives
 - 6.1.2. Croissance et établissement du marché
 - 6.1.3. Maturité de l'industrie
- 6.2. Le terreau des metaverses actuels
 - 6.2.1. MMO
 - 6.2.2. *Second Life*
 - 6.2.3. *PlayStation Home*
- 6.3. Metaverse multiplateforme Révolution massive du concept
 - 6.3.1. Neal Stephenson et son oeuvre *Snow Crash*
 - 6.3.2. De la science-fiction à la réalité
 - 6.3.3. Mark Zuxkerberg Meta. La révolution massive du concept
- 6.4. L'état de l'industrie du jeu vidéo Plateformes ou canaux du Metaverse
 - 6.4.1. Les chiffres de l'industrie du jeu vidéo
 - 6.4.2. Plateformes ou canaux du Metaverse
 - 6.4.3. Projections économiques pour les années à venir
 - 6.4.4. Comment tirer parti de la situation favorable de l'industrie?
- 6.5. Modèles commerciaux F2P vs. *Premium*
 - 6.5.1. *Free to play* ou F2P
 - 6.5.2. *Premium*
 - 6.5.3. Modèles hybrides Propositions alternatives
- 6.6. Play to earn
 - 6.6.1. Le succès des CryptoKitties
 - 6.6.2. Axie Infinity Autres exemples de réussite
 - 6.6.3. Attrition de *Play to earn* et création de *Play & Earn*
- 6.7. *GameFi*: le paradigme du joueur-investisseur
 - 6.7.1. *GameFi*
 - 6.7.2. Les jeux vidéo en tant que travail
 - 6.7.3. Perturbation du modèle classique de divertissement

- 6.8. Le Metaverse dans l'écosystème de l'industrie classique
 - 6.8.1. Préjugés des supporters, mauvaise image généralisée
 - 6.8.2. Difficultés technologiques et de mise en œuvre
 - 6.8.3. Manque de maturité
- 6.9. Metaverse: Interactivité vs. Expérience ludique
 - 6.9.1. Expérience interactive et expérience ludique
 - 6.9.2. Types d'expérience dans les Metaverses actuelles
 - 6.9.3. Un équilibre parfait entre les deux
- 6.10. Metaverse pour les *e-Sports*
 - 6.10.1. Ités de croissance pour les équipes
 - 6.10.2. Métavers: expériences immersives, communautés et clubs exclusifs
 - 6.10.3. Monétisation des utilisateurs grâce à la technologie *Blockchain*

Module 7. Modèles commerciaux. Cas d'utilisation en Metaverse

- 7.1. Le Metaverse, un modèle d'entreprise
 - 7.1.1. Le Métavers en tant que modèle d'entreprise
 - 7.1.2. Risques
 - 7.1.3. Changements d'habitudes
- 7.2. Outils de Marketing et de publicité dans le Metaverse
 - 7.2.1. AR&AI Révolution du marketing
 - 7.2.2. Commercialisation de la RV
 - 7.2.3. Vidéo Marketing
 - 7.2.4. Diffusion en direct
- 7.3. Espaces virtuels pour les entreprises
 - 7.3.1. Connecter le monde réel au monde virtuel
 - 7.3.2. Metaverse et entreprise Espaces virtuels pour les entreprises
 - 7.3.3. Impact de marque et réputation
- 7.4. Metaverse: éducation et apprentissage disruptif Application à la Industrie
 - 7.4.1. E-Learning
 - 7.4.2. Interopérabilité de la formation
 - 7.4.3. Web 3 et Metaverse La révolution du marché du travail

- 7.5. La révolution dans le secteur du tourisme et de la culture
 - 7.5.1. VR& AR Nouveau concept de voyage
 - 7.5.2. Impact sur le monde réel et virtuel
 - 7.5.3. Suppression des barrières géographiques
- 7.6. Commercialisation de produits et de services en reliant le monde réel au monde virtuel et vice versa
 - 7.6.1. Création de nouveaux canaux de vente
 - 7.6.2. Améliorer l'expérience de l'utilisateur dans le processus d'achat
 - 7.6.3. Consommation de contenu
- 7.7. Événements dans le Metaverse par le biais d'environnements virtuels
 - 7.7.1. Réseau de contenu
 - 7.7.2. Nouvelles voies de communication dans l'interaction
 - 7.7.3. Portée illimitée
- 7.8. Gestion et sécurité des données dans le metaverse
 - 7.8.1. Gestion et sécurité Protection des données
 - 7.8.2. Interopérabilité des données
 - 7.8.3. Traçabilité
- 7.9. SEO Visual Positionnement en ligne
 - 7.9.1. L'IA, base du nouveau positionnement
 - 7.9.2. Valeur ajoutée pour le public
 - 7.9.3. Un contenu unique et personnalisé
- 7.10. DAO dans le Metaverse
 - 7.10.1. Adossement à la Blockchain
 - 7.10.2. Gouvernance et pouvoir de décision
 - 7.10.3. Loyauté de la communauté

Module 8. Écosystème du Metaverse et principaux acteurs

- 8.1. Écosystèmes d'innovation ouverte dans l'industrie du Metaverse
 - 8.1.1. Collaboration dans le développement d'écosystèmes ouverts
 - 8.1.2. Écosystèmes d'innovation ouverte dans l'industrie du Metaverse
 - 8.1.3. Impact de l'écosystème dans la croissance du Metaverse
- 8.2. Projets *Open source*. Catalyseurs du développement technologique
 - 8.2.1. L'*Open source* comme accélérateur d'innovation
 - 8.2.2. Intégration des projets *Open Source*. Une vision d'ensemble
 - 8.2.3. Normes et technologies ouvertes en tant qu'accélérateurs

- 8.3. Communauté du Web 3.0
 - 8.3.1. Le processus de création et de développement des communautés
 - 8.3.2. Contribution des communautés au progrès technologique
 - 8.3.3. Les communautés les plus pertinentes du Web 3.0
- 8.4. Réseaux et relations sociales sur le web
 - 8.4.1. Technologies facilitant les nouveaux modes de relation entre les personnes
 - 8.4.2. Environnements physiques et numériques dans lesquels construire des communautés Web 3.0
 - 8.4.3. L'évolution des réseaux sociaux du Web 2.0 vers le Web
- 8.5. Utilisateurs, entreprises et écosystème Avancement du Metaverse
 - 8.5.1. Les métaverses avec la vision du Web 3.0
 - 8.5.2. Les entreprises qui investissent dans le Metaverse
 - 8.5.3. L'écosystème qui permet d'offrir une solution complète
- 8.6. Les créateurs de contenu dans le Metaverse
 - 8.6.1. Les nomades numériques
 - 8.6.2. Les organisations, bâtisseuses d'un nouveau canal de relations avec les clients
 - 8.6.3. *Influencers, Streamers ou Gamers tels que Early Adopters*
- 8.7. Fournisseurs d'expériences dans le Metaverse
 - 8.7.1. Canaux de ventes réinventés
 - 8.7.2. Expériences immersives
 - 8.7.3. Personnalisation équitable et transparente
- 8.8. Décentralisation et infrastructure technologique dans le Metaverse
 - 8.8.1. Technologies distribuées et décentralisées
 - 8.8.2. Proof of Work vs. Proof of Stake
 - 8.8.3. Couches technologiques clés pour l'évolution du Metaverse
- 8.9. Interface humaine, dispositifs électroniques permettant l'expérience du Metaverse
 - 8.9.1. L'expérience offerte par les dispositifs technologiques existants
 - 8.9.2. Technologies avancées dans le Metaverse
 - 8.9.3. La réalité élargie (RX) comme immersion dans le Metaverse
- 8.10. Incubateurs, accélérateurs et véhicules d'investissement dans le Metaverse
 - 8.10.1. Incubateurs et accélérateurs pour le développement d'entreprises dans le Metaverse
 - 8.10.2. Financement et investissement dans le Metaverse
 - 8.10.3. Attraction de la *Smart Capital*

Module 9. Marketing dans le Metaverse

- 9.1. Metaverse Nouvelle plateforme de consommation de contenu publicitaire
 - 9.1.1. Le Big Bang, origine de la publicité
 - 9.1.2. La sérotonine: le moteur qui fait bouger les avatars
 - 9.1.3. L'immédiateté, une nouvelle mesure de la satisfaction
- 9.2. Redirection du trafic vers Metaverses: passage de l'entonnoir à l'atmosphère de conversion
 - 9.2.1. La publicité comme molécule enveloppant les écosystèmes numériques
 - 9.2.2. Les habitants d'un Metaverse
 - 9.2.3. Endosphère du Metaverse
- 9.3. Conversion en métaverses: monétisation des atmosphères
 - 9.3.1. Rentabilité
 - 9.3.2. Notoriété, conversion, *Retargeting* et fidélisation
 - 9.3.3. Le shopping: le carburant du Metaverse
- 9.4. Barrières des supports publicitaires Traditionnel vs. Metaverse
 - 9.4.1. La publicité traditionnelle Supports
 - 9.4.2. Métavers: boucle médiatique tridimensionnelle
 - 9.4.3. Transformation des traditions publicitaires
- 9.5. Le *Funnel* du Metaverse: un entonnoir tridimensionnel
 - 9.5.1. Contacts
 - 9.5.2. Prospects
 - 9.5.3. Clients
- 9.6. KPI's in the Metaverse: Mesurer l'effet de la publicité dans un espace immersif
 - 9.6.1. Attention
 - 9.6.2. Intérêts
 - 9.6.3. Décision
 - 9.6.4. Action
 - 9.6.5. Souvenirs
- 9.7. Publicité dans le Metaverse
 - 9.7.1. Développement numérique des sens dans le Metaverse: tromper l'esprit
 - 9.7.2. Engager les utilisateurs par des expériences tridimensionnelles inédites
 - 9.7.3. Nouveaux médias tridimensionnels

- 9.8. Les NFT: les nouveaux clubs de fidélité
 - 9.8.1. Achat de fidélité
 - 9.8.2. La présomption d'exclusivité
 - 9.8.3. Le NFT comme identifiant dans le metaverse
- 9.9. Expériences des consommateurs dans le metaverse
 - 9.9.1. Rapprocher le produit du client
 - 9.9.2. Limites des environnements tridimensionnels: les 6 sens
 - 9.9.3. Créer des environnements contrôlés
- 9.10. Cas de réussite en Marketing dans le Metaverse
 - 9.10.1. Avatars
 - 9.10.2. Économique
 - 9.10.3. Gaming

Module 10. Situation actuelle dans la course à la construction du futur Metaverse

- 10.1. Vision du Metaverse par les *Players* de l'industrie
 - 10.1.1. Implantation du Metaverse dans les structures actuelles
 - 10.1.2. Les entreprises qui développent le Metaverse
 - 10.1.3. Entreprises établies dans le Metaverse
- 10.2. Identité numérique et implications sociales et éthiques du Metaverse
 - 10.2.1. Identité numériques dans le Metaverse
 - 10.2.2. Implications sociales
 - 10.2.3. Implications éthiques
- 10.3. Le Metaverse en dehors du *Gaming*
 - 10.3.1. le *Gaming* comme point de contact
 - 10.3.2. Les secteurs qui sont là pour rester
 - 10.3.3. Réinventer certaines activités
- 10.4. Environnement de travail et professionnel dans le Metaverse
 - 10.4.1. Identification des opportunités d'emploi dans le Metaverse
 - 10.4.2. Nouveaux parcours professionnels
 - 10.4.3. Adaptation des emplois actuels au Metaverse



- 10.5. Neuromarketing dans le Metaverse
 - 10.5.1. Comportement du consommateur dans le Metaverse
 - 10.5.2. Marketing expérientiel
 - 10.5.3. Stratégies de Neuromarketing dans le Metaverse
- 10.6. Metaverse et cybersécurité
 - 10.6.1. Menaces en jeu
 - 10.6.2. Identification des changements en matière de sécurité numérique dans le Metaverse
 - 10.6.3. Cybersécurité réelle dans le Metaverse
- 10.7. Implications émotionnelles et psychologiques de l'expérience du Metaverse
 - Bonnes pratiques
 - 10.7.1. Adaptation à une nouvelle expérience
 - 10.7.2. Effets secondaires de l'interaction avec le Metaverse
 - 10.7.3. Bonnes pratiques dans le Metaverse
- 10.8. Adapter la légalité au Metaverse
 - 10.8.1. Défis juridiques actuels du Metaverse
 - 10.8.2. Changements juridiques nécessaires
 - 10.8.3. Contrats, propriété intellectuelle et autres types de relations
- 10.9. *Roadmap* à court, moyen et long terme pour le Metaverse
 - 10.9.1. Roadmap à court terme
 - 10.9.2. Roadmap à moyen terme
 - 10.9.3. Roadmap à court terme
- 10.10. Metaverse, un paradigme pour l'avenir
 - 10.10.1. Une opportunité de croissance unique
 - 10.10.2. Spécialisation dans le Metaverse
 - 10.10.3. Monétiser la virtualité du futur

06

Méthodologie

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

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



“

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

Étude de Cas pour mettre en contexte tout le contenu

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

“

Avec TECH, vous pouvez expérimenter une manière d'apprendre qui ébranle les fondations des universités traditionnelles du monde entier”



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



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

Une méthode d'apprentissage innovante et différente

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

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

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

Dans une situation donnée, que doit faire un professionnel? C'est la question à laquelle nous sommes confrontés dans la méthode des cas, une méthode d'apprentissage orientée vers l'action. Tout au long du programme, les étudiants seront confrontés à de multiples cas réels. Ils devront intégrer toutes leurs connaissances, faire des recherches, argumenter et défendre leurs idées et leurs décisions.

Relearning Methodology

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

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

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

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

Notre université est la seule université autorisée à utiliser cette méthode qui a fait ses preuves. En 2019, nous avons réussi à améliorer les niveaux de satisfaction globale de nos étudiants (qualité de l'enseignement, qualité des supports, structure des cours, objectifs...) par rapport aux indicateurs de la meilleure université en ligne.





Dans notre programme, l'apprentissage n'est pas un processus linéaire, mais se déroule en spirale (apprendre, désapprendre, oublier et réapprendre). Par conséquent, chacun de ces éléments est combiné de manière concentrique. Cette méthodologie a permis de former plus de 650.000 diplômés universitaires avec un succès sans précédent dans des domaines aussi divers que la biochimie, la génétique, la chirurgie, le droit international, les compétences en gestion, les sciences du sport, la philosophie, le droit, l'ingénierie, le journalisme, l'histoire, les marchés financiers et les instruments. Tout cela dans un environnement très exigeant, avec un corps étudiant universitaire au profil socio-économique élevé et dont l'âge moyen est de 43,5 ans.

Le Relearning vous permettra d'apprendre avec moins d'efforts et plus de performance, en vous impliquant davantage dans votre formation, en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant les opinions: une équation directe vers le succès.

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

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

Ce programme offre le support matériel pédagogique, soigneusement préparé pour les professionnels:



Support d'étude

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseigneront le cours, spécifiquement pour le cours, afin que le développement didactique soit vraiment spécifique et concret.

Ces contenus sont ensuite appliqués au format audiovisuel, pour créer la méthode de travail TECH en ligne. Tout cela, avec les dernières techniques qui offrent des pièces de haute qualité dans chacun des matériaux qui sont mis à la disposition de l'étudiant.



Cours magistraux

Il existe des preuves scientifiques de l'utilité de l'observation par un tiers expert.

La méthode "Learning from an Expert" renforce les connaissances et la mémoire, et donne confiance dans les futures décisions difficiles.



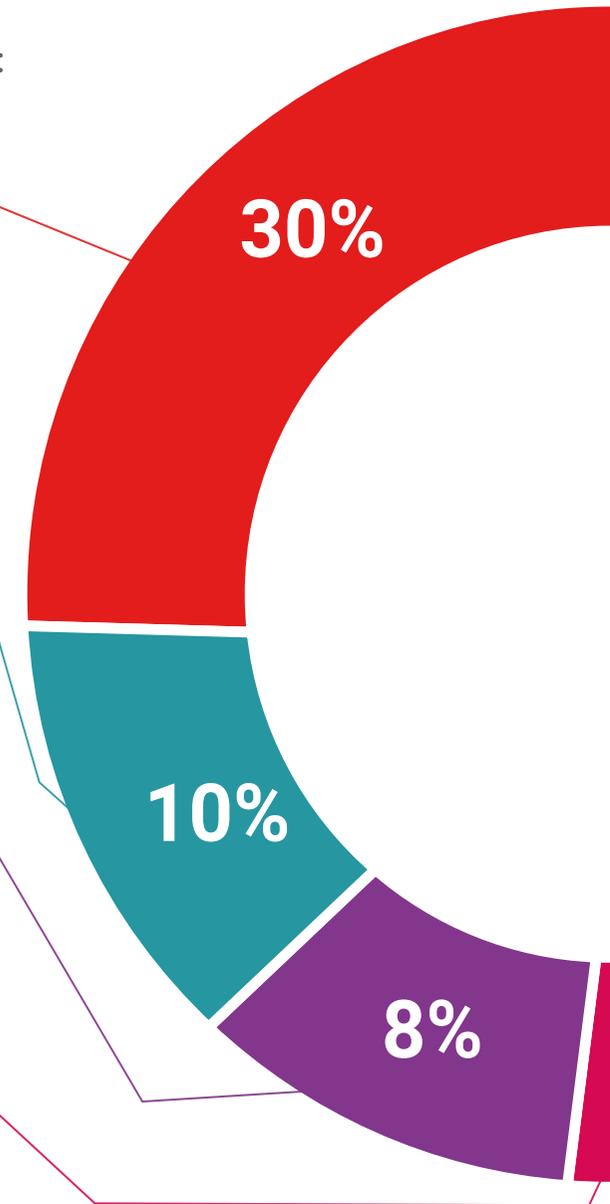
Pratiques en compétences et aptitudes

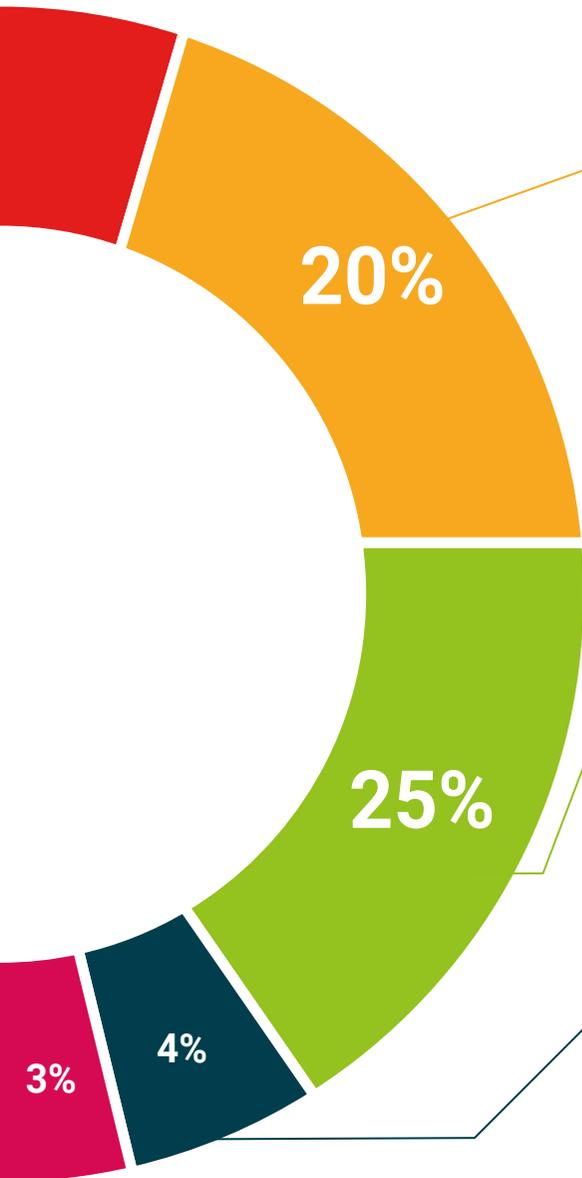
Les étudiants réaliseront des activités visant à développer des compétences et des aptitudes spécifiques dans chaque domaine. Des activités pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et aptitudes qu'un spécialiste doit développer dans le cadre de la mondialisation dans laquelle nous vivons.



Lectures complémentaires

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





Case studies

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



Résumés interactifs

L'équipe TECH présente les contenus de manière attrayante et dynamique dans des pilules multimédia comprenant des audios, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de renforcer les connaissances. Ce système éducatif unique pour la présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que "European Success Story".



Testing & Retesting

Les connaissances de l'étudiant sont périodiquement évaluées et réévaluées tout au long du programme, par le biais d'activités et d'exercices d'évaluation et d'auto-évaluation, afin que l'étudiant puisse vérifier comment il atteint ses objectifs.



07 Diplôme

Le Mastère Spécialisé en Management dans le Metaverse vous garantit, en plus de la formation la plus rigoureuse et la plus actuelle, l'accès à un diplôme universitaire de Mastère Spécialisé délivré par TECH Université Technologique.



“

*Complétez ce programme et recevez
votre diplôme sans avoir à vous
soucier des déplacements ou des
démarches administratives inutiles”*

Ce **Mastère Spécialisé en Management dans le Metaverse** contient le programme le plus complet et le plus à jour du marché.

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

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

Diplôme: **Mastère Spécialisé en Management dans le Metaverse**
N.º heures officielles: **1.500 h.**



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

future
santé confiance personnes
éducation information tuteurs
garantie accréditation enseignement
institutions technologie apprentissage
communauté engagement
service personnalisé innovation
connaissance présent qualité
en ligne formation
développement institutions
classe virtuelle langues

tech université
technologique

Mastère Spécialé
Management dans
le Metaverse

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Mastère Spécialé

Management dans le Metaverse

