

Curso de Especialização

Transmedia Storytelling





Curso de Especialização Transmedia Storytelling

- » Modalidade: online
- » Duração: 3 meses
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Créditos: 18 ECTS
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online

Acesso ao site: www.techtitute.com/pt/jornalismo-comunicacao/curso-especializacao/curso-especializacao-transmedia-storytelling

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Direção do curso

pág. 12

04

Estrutura e conteúdo

pág. 18

05

Metodologia

pág. 22

06

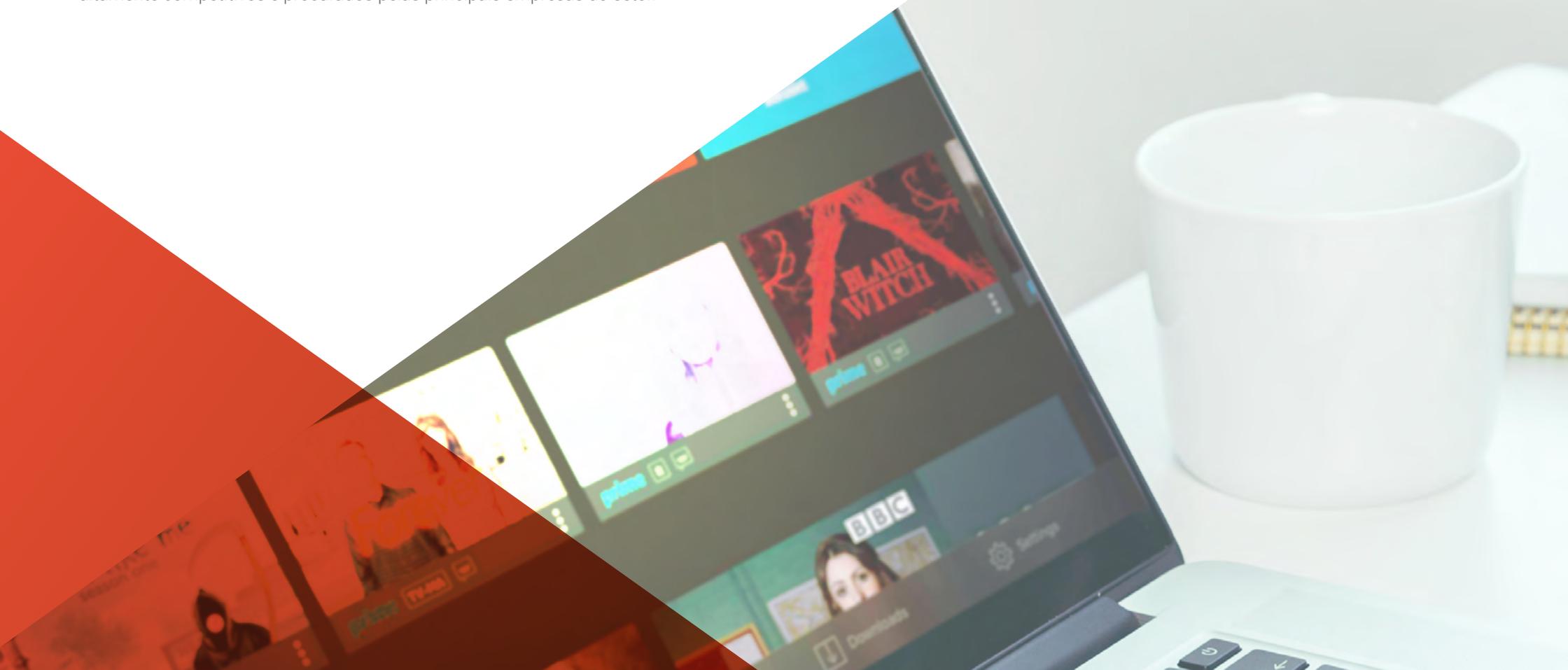
Certificação

pág. 30

01

Apresentação

Os espetadores de hoje procuram experiências únicas e, por isso, escolhem conteúdos inovadores que acrescentem valor. Os meios de comunicação e as agências de comunicação compreenderam esta nova filosofia de consumo e estão, por isso, empenhados na utilização do Transmedia Storytelling como uma ferramenta fundamental para se aproximarem dos utilizadores. Com este Curso de Especialização, os alunos conhecerão as particularidades deste novo método de contar histórias, o que lhes permitirá tornarem-se profissionais altamente competitivos e procurados pelas principais empresas do setor.





“

Crie conteúdos através do Transmedia Storytelling que gerem valor para a sua marca e se destaquem num mercado altamente competitivo”

Na era da informação, os utilizadores estão empenhados em conteúdos de qualidade e com impacto que gerem algum tipo de emoção. Por outras palavras, procuram conteúdos que acrescentem valor à sua experiência de visualização. Isto aplica-se a todos os géneros e meios de comunicação, desde as séries à publicidade, passando pelos noticiários da rádio e da televisão, por exemplo.

As grandes empresas do setor, conscientes da importância de criar conteúdos atrativos, estão em constante evolução e adaptação aos novos tempos e, por isso, apostam cada vez mais na criação de conteúdos com ferramentas de *Transmedia Storytelling*, graças às quais são concebidas histórias inter-relacionadas para diferentes suportes, que mostram os valores da marca e nas quais o público é parte essencial.

Um dos exemplos mais claros de *Transmedia Storytelling* foi demonstrado pela série televisiva espanhola *El Ministerio del Tiempo*, que não só deu aos espetadores a oportunidade de desfrutarem de uma grande história, como também criou toda uma série de conteúdos extra, como podcasts ou banda desenhada, que completaram a experiência do utilizador. Mas são muitas as marcas que apostam neste novo método para criar uma imagem de sucesso: desde a Coca-Cola à Apple, são muitos os que se apaixonaram pelos benefícios da nova comunicação.

Graças a este Curso de Especialização da TECH Universidade Tecnológica, os alunos poderão adquirir conhecimentos especializados neste domínio, e conseguirão fazê-lo através de um plano de estudos feito à sua medida, ministrado num formato 100% online, pelo que poderão combiná-lo perfeitamente com o resto das suas obrigações diárias.

Este **Curso de Especialização em Transmedia Storytelling** conta com o conteúdo educativo mais completo e atualizado do mercado. As suas principais características são:

- ♦ O desenvolvimento de casos práticos apresentados por especialistas em Comunicação
- ♦ Os seus conteúdos gráficos, esquemáticos e eminentemente práticos fornecem informações científicas e práticas sobre as disciplinas essenciais para a prática profissional
- ♦ As novidades em matéria de *Transmedia Storytelling*
- ♦ Os exercícios práticos em que o processo de autoavaliação pode ser utilizado para melhorar a aprendizagem
- ♦ O seu foco especial em metodologias inovadoras em matéria de *Transmedia Storytelling*
- ♦ O sistema de aprendizagem interativo baseado em algoritmos para a tomada de decisões sobre as situações propostas
- ♦ As lições teóricas, perguntas a especialistas, fóruns de discussão sobre questões controversas e atividades de reflexão individual
- ♦ A disponibilidade de acesso aos conteúdos a partir de qualquer dispositivo fixo ou portátil com ligação à Internet



As grandes marcas estão a utilizar cada vez mais o Storytelling para chegar ao seu público. Graças a esta especialização, poderá oferecer-se a eles como criativo publicitário"

“

A TECH fornece-lhe uma multiplicidade de recursos práticos que serão essenciais para se especializar neste campo”

O corpo docente do Curso de Especialização inclui profissionais do setor da Comunicação que contribuem com a experiência do seu trabalho, bem como especialistas reconhecidos de empresas de referência e universidades de prestígio.

Os seus conteúdos multimédia, desenvolvidos com a mais recente tecnologia educativa, permitirão ao profissional uma aprendizagem situada e contextual, ou seja, um ambiente simulado que proporcionará uma aprendizagem imersiva programada para praticar em situações reais.

A estrutura deste Curso de Especialização centra-se na Aprendizagem Baseada em Problemas, na qual o aluno deve tentar resolver as diferentes situações de prática profissional que surgem durante o curso. Para tal, contará com a ajuda de um sistema inovador de vídeos interativos criados por especialistas reconhecidos.

Utilize o Storytelling na conceção das suas campanhas e, em pouco tempo, a sua marca será mais reconhecida no mercado.

Graças a este Curso de Especialização, estará mais perto de ter acesso às equipas publicitárias mais reputadas do país.



02

Objetivos

Os profissionais da comunicação estão cada vez mais a orientar o seu futuro para a criação de conteúdos publicitários. Mas, hoje em dia, não basta ser criativo para conceber as melhores campanhas; é também necessário saber utilizar as técnicas mais recentes para a conceção e implementação das mesmas. Este Curso de Especialização tem como objetivo melhorar as qualificações dos alunos em *Transmedia Storytelling*, permitindo-lhes adquirir um nível de competência que os posicione como expoentes máximos do setor.



“

Se quer que as suas campanhas publicitárias sejam tão reconhecidas como as da Coca-Cola, não perca a oportunidade e especialize-se em Trasmédia Storytelling”

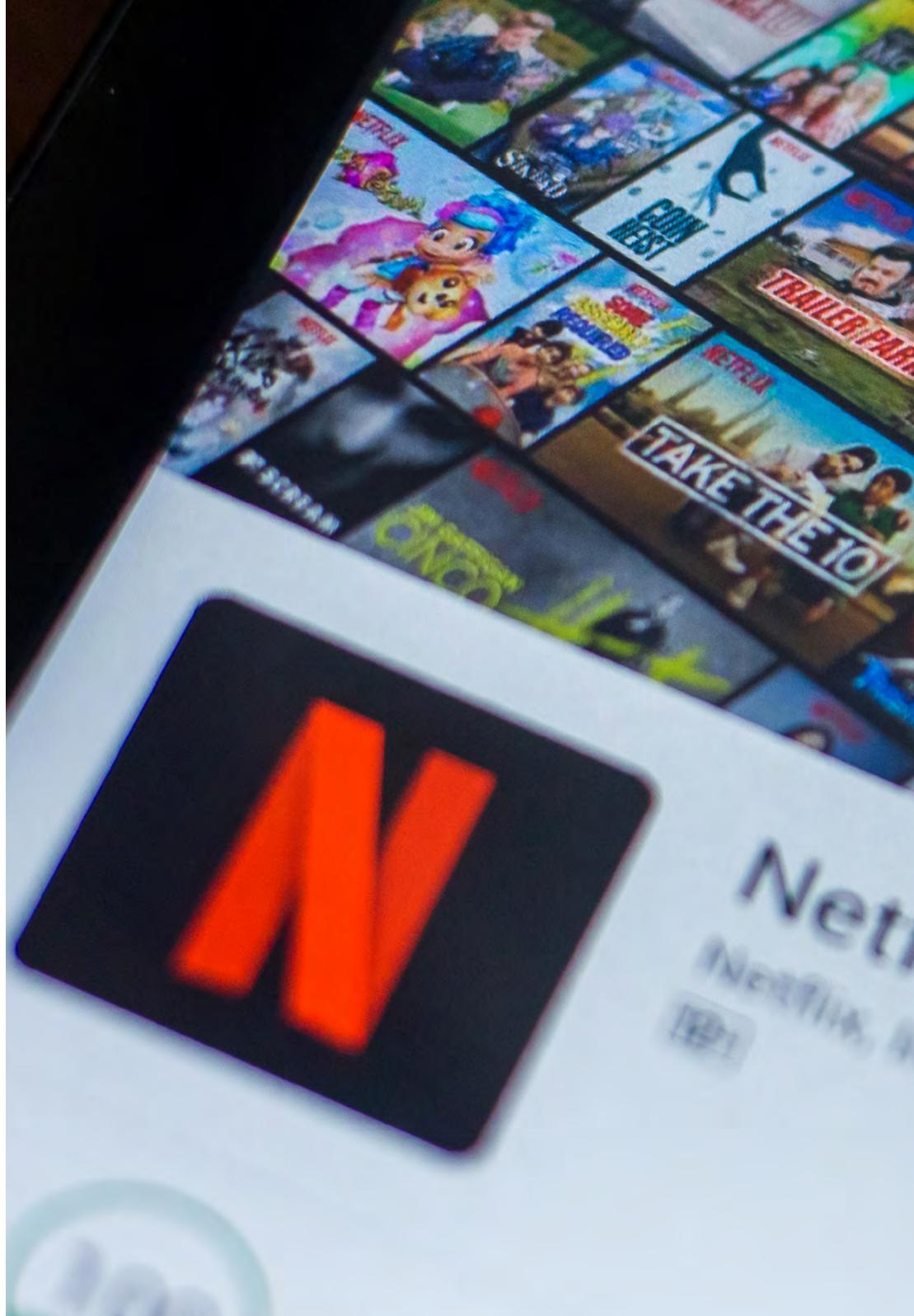


Objetivos gerais

- ♦ Conhecer conceitualmente a área da *Transmedia Storytelling* e compreender a sua relevância em diferentes áreas profissionais (publicidade, marketing, jornalismo, entretenimento)
- ♦ Adquirir os fundamentos da criação transmedia desde o storytelling à produção, passando pela dinamização em comunidades sociais e pela monetização

“

Distinguir entre a narrativa tradicional e a narrativa transmedia permitir-lhe-á criar histórias mais contemporâneas e cativantes”





Objetivos específicos

Módulo 1. Transmedia *Storytelling*, *Crossmedia*

- ♦ Aprofundar conhecimentos sobre Transmedia Storytelling como disciplina, destacando a sua importância em diferentes setores profissionais

Módulo 2. Narrativas transmediáticas

- ♦ Dominar a forma como a narrativa transmedia é construída e como difere da narrativa tradicional
- ♦ Interiorizar, com a ajuda de exemplos práticos, a forma de envolver o público num desenvolvimento transmediático

Módulo 3. Produção de conteúdos transmedia

- ♦ Aprofundar a metodologia prática na construção de conteúdos transmedia desde a fase de investigação e documentação até às plataformas e mecânicas participativas

03

Direção do curso

Este Curso de Especialização em Transmedia Storytelling foi desenvolvido por uma equipa de professores com vasta experiência no setor. Profissionais de renome que dedicaram uma grande parte da sua carreira ao mundo da comunicação e que estão conscientes das vantagens que as novas ferramentas disponíveis neste campo podem trazer. Desta forma, oferecem aos alunos uma riqueza de novos conteúdos que serão fundamentais para o seu trabalho como criativo e criador de conteúdos multimédia.





“

Conheça as particularidades do Transmedia Storytelling graças aos conhecimentos transmitidos por esta equipa docente especializada”

Diretora Convidada Internacional

O nome de Magda Romanska é inconfundível no campo das Artes Cênicas e dos Meios de Comunicação Social a uma escala internacional. A par de outros projetos, esta especialista foi Investigadora Principal do metaLAB da Universidade de Harvard e preside ao Seminário de Artes Transmídia do reconhecido Mahindra Humanities Center. Desenvolveu também numerosos estudos ligados a instituições como o Centro de Estudos Europeus e o Centro Davis de Estudos Russos e Eurasiáticos.

As suas linhas de trabalho centram-se na interseção da arte, das humanidades, da tecnologia e da narrativa transmídia. Este quadro abrangente inclui também a dramaturgia multiplataforma e metaverso, e a interação entre humanos e Inteligência Artificial na performance. A partir dos seus estudos aprofundados nestes domínios, criou a Drametrics, uma análise quantitativa e computacional de textos dramáticos.

É também fundadora, diretora-geral e editora-chefe do TheTheatreTimes.com, o maior portal digital de teatro do mundo. Lançou também o Performap.org, um mapa digital interativo de festivais de teatro, financiado pelo Laboratório de Humanidades Digitais de Yale e por uma bolsa de inovação da LMDA. Foi também responsável pelo desenvolvimento do International Online Theatre Festival (IOTF), um festival anual de teatro em **streaming** a nível mundial, que até à data atingiu mais de um milhão de participantes. Além disso, esta iniciativa foi galardoada com o Segundo Prémio Internacional Cultura Online para “Melhor Projeto Online”, escolhido entre 452 outras propostas de 20 países.

A Sra. Romanska foi também galardoada com as bolsas MacDowell, Apothetae e Lark Theatre Playwriting Fellowships da Fundação Time Warner. Recebeu também o PAHA Creative Award e o Elliott Hayes Award para Excelência em Dramaturgia. Recebeu também prémios da Associação Americana de Investigação Teatral e da Associação de Estudos Polacos.



Sra. Romanska, Magda

- Investigadora Principal no metaLAB de Harvard, Boston, EUA
- Diretora Executiva e Editora-Chefe do TheTheatreTimes.com
- Investigadora Associada no Centro Minda de Estudos Europeus, Gunzburg, Alemanha
- Investigadora Associada no Centro Davis de Estudos Russos e Eurasiáticos
- Professora Catedrática de Artes Cénicas no Emerson College
- Professora Catedrática Associada do Centro Berkman para a Internet e a Sociedade
- Doutoramento em Teatro, Cinema e Dança pela Universidade de Cornell
- Mestrado em Pensamento Moderno e Literatura pela Universidade de Stanford
- Licenciada pela Yale School of Drama e pelo Departamento de Literatura Comparada
- Presidente do Seminário de Artes Transmedia do Mahindra Humanities Center
- Membro de: Conselho Consultivo do Digital Theatre+

“

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

Direção



Doutor Javier Regueira

- VP e cofundador da Asociación Española de Branded Content
- Diretor-geral da Agência Especializada em Branded Content ZOND (parte do MIO Group)
- Professor na Universidade Pontificia Comillas, ESDEN, Esic, Inesdi, The Valley
- Antigo Diretor de Marketing na BDF Nivea e na Imperial Tobacco
- Autor, blogger e orador na TEDx
- Doutoramento em Branded Content
- Diplomado em Ciências Económicas Europeas ICADE E4
- Mestrado em Marketing



Professores

Doutor Antoni Roig

- ◆ Diretor do curso em Comunicação Audiovisual. UOC
- ◆ Doutoramento em Ciências Sociais
- ◆ Licenciado em Comunicação Audiovisual
- ◆ Engenheiro Técnico de Telecomunicações

Dra. Nieves Rosendo

- ◆ Professora na Universidade de Granada
- ◆ Aluna de doutoramento em Comunicação Transmedia

“

Uma experiência de capacitação única, fundamental e decisiva para impulsionar o seu desenvolvimento profissional”

04

Estrutura e conteúdo

Este Curso de Especialização em Transmedia Storytelling da TECH Universidade Tecnológica foi concebido a pensar nas necessidades académicas dos profissionais da comunicação, tanto jornalística como publicitária, que devem conhecer os novos métodos para contar histórias de forma atrativa, provocando emoções no público e conseguindo a sua fidelização. O Curso de Especialização está dividido em 3 módulos e abrange temas como o *Storytelling*, o *Crossmedia*, a narrativa e a produção de conteúdos.





“

Um Curso de Especialização fundamental para aprender a aplicar o Storytelling como método principal para mostrar os seus produtos”

Módulo 1. Transmedia Storytelling, Crossmedia

- 1.1. Cronologia da noção de transmedia
 - 1.1.1. A transmedia no contexto da produção cultural contemporânea
 - 1.1.2. Como é que entendemos a transmedia?
 - 1.1.3. Elementos fundamentais que constituem uma noção geral de transmedia
- 1.2. Transmedia e afins. Multiplataforma, *Crossmedia*, narrativa digital, multimodalidade, *Transmedia Literacies*, *Worldbuilding*, franquias, *Data Storytelling*, plataformização
 - 1.2.1. Economia da atenção
 - 1.2.2. Transmedia e afins
 - 1.2.3. Multimodalidade, *crossmedia* e transmedia
- 1.3. Áreas de aplicação e potencialidades da transmedia
 - 1.3.1. Transmedia nas indústrias culturais
 - 1.3.2. Transmedia e organizações
 - 1.3.3. Transmedia na ciência e na educação
- 1.4. Práticas de consumo e cultura transmediática
 - 1.4.1. Consumo cultural e vida quotidiana
 - 1.4.2. Plataformas
 - 1.4.3. Conteúdos gerados por utilizadores
- 1.5. Tecnologia(s)
 - 1.5.1. Transmedia, novos meios de comunicação e tecnologia: os primeiros passos
 - 1.5.2. Dados
 - 1.5.3. O fator tecnológico nos projetos transmedia
- 1.6. Transmedia, entre experiências digitais e ao vivo
 - 1.6.1. O valor das experiências ao vivo
 - 1.6.2. O que entendemos por experiência?
 - 1.6.3. Exemplos de experiências no mundo real
- 1.7. Transmedia e jogos: conceber experiências lúdicas
 - 1.7.1. O todo e as partes: questões a considerar ao definir os elementos individuais de uma experiência transmedia
 - 1.7.2. O fator lúdico
 - 1.7.3. Alguns exemplos

- 1.8. Aspectos críticos da transmedia
 - 1.8.1. Em que é que a transmedia se pode tornar?
 - 1.8.2. Discussão
 - 1.8.3. Um olhar crítico: Que desafios e problemas enfrentamos?
- 1.9. Transmedia interdisciplinar: papéis, perfis, equipas
 - 1.9.1. Trabalho em equipa
 - 1.9.2. Competências transmedia
 - 1.9.3. Funções

Módulo 2. Narrativas transmediáticas

- 2.1. As narrativas transmedia segundo Henry Jenkins
 - 2.1.1. Henry Jenkins, transmedia e cultura de convergência
 - 2.1.2. Ligações entre cultura participativa, transmedia e estudos de fãs
 - 2.1.3. Os "sete princípios" das narrativas transmedia
- 2.2. Revisões e visões alternativas sobre narrativas transmedia
 - 2.2.1. Perspetivas teóricas
 - 2.2.2. Perspetivas da prática profissional
 - 2.2.3. Visões específicas
- 2.3. Histórias, narrativa, storytelling
 - 2.3.1. Histórias, narrativa e storytelling
 - 2.3.2. A narrativa como estrutura e prática
 - 2.3.3. Intertextualidade
- 2.4. Narrativa clássica, narrativa não linear e transmedia
 - 2.4.1. A experiência narrativa
 - 2.4.2. Estrutura narrativa em três atos
 - 2.4.3. As idas e vindas da "Jornada do Herói"
- 2.5. Narrativa interativa: estruturas narrativas lineares e não lineares
 - 2.5.1. Interatividade
 - 2.5.2. Agência
 - 2.5.3. Diferentes estruturas narrativas não lineares

- 2.6. *Storytelling* digital
 - 2.6.1. As narrativas digitais
 - 2.6.2. A origem do *Digital Storytelling*: histórias de vida
 - 2.6.3. *Digital Storytelling* e transmedia
 - 2.7. Âncoras narrativas transmedia: mundos, personagens, tempo e linhas cronológicas, mapas, espaço
 - 2.7.1. O momento do salto
 - 2.7.2. Mundos imaginários
 - 2.7.3. Participação do público
 - 2.8. Fenómeno fan, cânone e transmedia
 - 2.8.1. A figura do fã
 - 2.8.2. *Fandom* e produtividade
 - 2.8.3. Conceitos fundamentais na relação entre transmedia e cultura de fãs
 - 2.9. Envolvimento do público (estratégias de envolvimento, *Crowdsourcing*, *Crowdfunding*, etc.)
 - 2.9.1. Níveis de envolvimento: seguidores, entusiastas, fãs
 - 2.9.2. O público, o coletivo, a multidão
 - 2.9.3. *Crowdsourcing* e *Crowdfunding*
- Módulo 3. Produção de conteúdos transmedia**
- 3.1. A fase de ideação do projeto
 - 3.1.1. Narrativa
 - 3.1.2. Plataformas
 - 3.1.3. Público
 - 3.2. Documentação, investigação e procura de referências
 - 3.2.1. Documentação
 - 3.2.2. Referências de sucesso
 - 3.2.3. Aprender com os outros
 - 3.3. Estratégias criativas: em busca da premissa
 - 3.3.1. A premissa
 - 3.3.2. Necessidade da premissa
 - 3.3.3. Projetos coerentes
 - 3.4. Plataformas, narrativa e participação. Um processo iterativo
 - 3.4.1. Processo criativo
 - 3.4.2. Conexão entre as diferentes partes
 - 3.4.3. As narrativas transmedia como processo
 - 3.5. A proposta narrativa: narrativa, arcos, mundos e personagens
 - 3.5.1. A narrativa e os arcos narrativos
 - 3.5.2. Mundos e universos
 - 3.5.3. Personagens como centro da narrativa
 - 3.6. O suporte ideal para a nossa narrativa. Formatos e plataformas
 - 3.6.1. O meio e a mensagem
 - 3.6.2. Seleção de plataformas
 - 3.6.3. Seleção de formatos
 - 3.7. Conceção da experiência e participação. Conheça o seu público
 - 3.7.1. Descubra o seu público
 - 3.7.2. Níveis de participação
 - 3.7.3. Experiência e memorabilidade
 - 3.8. A bíblia da produção transmedia: abordagem, plataformas e percurso do utilizador
 - 3.8.1. A bíblia da produção transmedia
 - 3.8.2. Abordagem e plataformas
 - 3.8.3. Percurso do utilizador
 - 3.9. A bíblia da produção transmedia: estética do projeto e requisitos materiais e técnicos
 - 3.9.1. Importância da estética
 - 3.9.2. Possibilidades e produção
 - 3.9.3. Requisitos materiais e técnicos
 - 3.10. A bíblia da produção transmedia: casos de estudo de modelos de negócio
 - 3.10.1. Conceção do modelo
 - 3.10.2. Adaptação do modelo
 - 3.10.3. Casos

05

Metodologia

Este programa de capacitação oferece uma forma diferente de aprendizagem. A nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cíclico: **o Relearning**. Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas escolas médicas mais prestigiadas do mundo e tem sido considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações, tais como a *New England Journal of Medicine*.



“

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

Estudo de Caso para contextualizar todo o conteúdo

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

“

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



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



Um método de aprendizagem inovador e diferente

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

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

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

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

Numa dada situação, o que deve fazer um profissional? Esta é a questão que enfrentamos no método do caso, um método de aprendizagem orientado para a ação. Ao longo do programa, os estudantes serão confrontados com múltiplos casos da vida real. Terão de integrar todo o seu conhecimento, investigar, argumentar e defender as suas ideias e decisões.

Relearning Methodology

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

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

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

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

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



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

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

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

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



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



Material de estudo

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

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



Masterclasses

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

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



Práticas de aptidões e competências

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



Leituras complementares

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





Case studies

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



Resumos interativos

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

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



Testing & Retesting

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



06

Certificação

O Curso de Especialização em Transmedia Storytelling garante, para além do conteúdo mais rigoroso e atualizado, o acesso a um certificado de Curso de Especialização emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

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

Este **Curso de Especialização em Transmedia Storytelling** conta com o conteúdo educacional mais completo e atualizado do mercado.

Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio, com aviso de receção, o certificado* correspondente ao título de **Curso** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

O certificado emitido pela TECH Universidade Tecnológica expressará a qualificação obtida no Mestrado Próprio, atendendo aos requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de emprego, concursos públicos e avaliação de carreiras profissionais.

Certificação: **Curso de Especialização em Transmedia Storytelling**

Modalidade: **online**

Duração: **3 meses**

ECTS: **18**



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

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

tech universidade
tecnológica

Curso de Especialização Transmedia Storytelling

- » Modalidade: online
- » Duração: 3 meses
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Créditos: 18 ECTS
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online

Curso de Especialização Transmedia Storytelling

