

# Certificat Avancé

## Storytelling Transmédia





## Certificat Avancé Storytelling Transmédia

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 6 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Accès au site web: [www.techtitute.com/fr/journalisme-communication/diplome-universite/diplome-universite-storytelling-transmedia](http://www.techtitute.com/fr/journalisme-communication/diplome-universite/diplome-universite-storytelling-transmedia)

# Sommaire

01

Présentation

---

*page 4*

02

Objectifs

---

*page 8*

03

Direction de la formation

---

*page 12*

04

Structure et contenu

---

*page 16*

05

Méthodologie

---

*page 20*

06

Diplôme

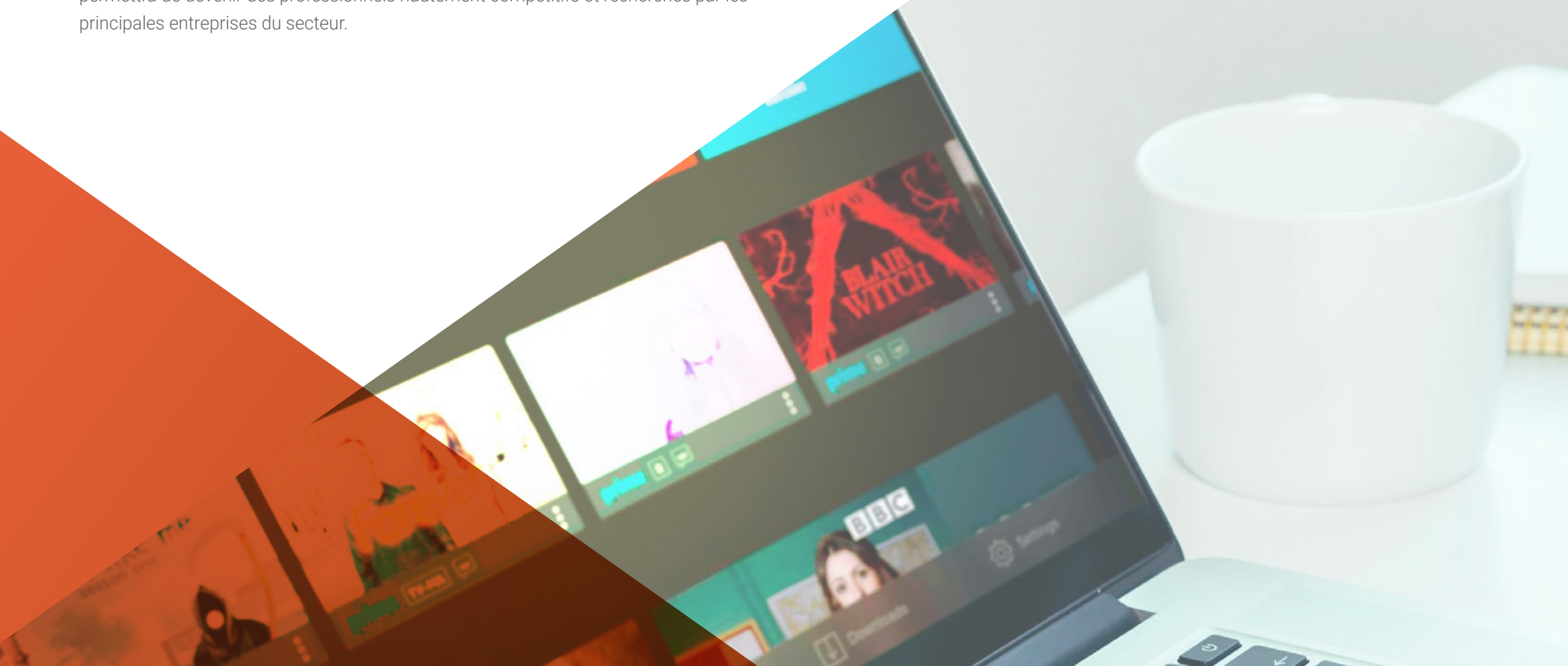
---

*page 28*

# 01

# Présentation

Les téléspectateurs d'aujourd'hui recherchent des expériences uniques et, pour cette raison, ils choisissent des contenus innovants qui apportent une valeur ajoutée. Les médias et les agences de communication ont compris cette nouvelle philosophie de consommation et se sont donc engagés à utiliser le Storytelling Transmédia comme un outil fondamental pour approcher les utilisateurs. Avec ce programme, les étudiants apprendront les particularités de cette nouvelle méthode de narration, ce qui leur permettra de devenir des professionnels hautement compétitifs et recherchés par les principales entreprises du secteur.





“

*Créer du contenu par le biais du Storytelling Transmédia qui génère de la valeur pour votre marque et se démarque dans un marché hautement concurrentiel”*

À l'ère de l'information, les utilisateurs sont attachés à un contenu de qualité et percutant qui suscite une certaine émotion. En d'autres termes, ils recherchent un contenu qui apporte une valeur ajoutée à leur expérience visuelle. Cela s'applique à tous les genres et à tous les médias, des séries à la publicité en passant par les journaux radio et télévisés, par exemple.

Les grandes entreprises du secteur, conscientes de l'importance de créer des contenus attractifs, évoluent constamment et s'adaptent aux temps nouveaux. Elles s'engagent donc de plus en plus à créer des contenus avec des outils de Storytelling *Transmédia*, grâce auxquels sont conçues des histoires interreliées pour différents médias, qui montrent les valeurs de la marque, et dans lesquelles le public est un élément essentiel.

L'un des exemples les plus clairs du Storytelling *Transmédia* a été montré avec la série télévisée espagnole, *Le Ministère du Temps*, qui a non seulement donné aux téléspectateurs l'occasion d'apprécier une grande histoire, mais a également créé toute une série de contenus supplémentaires, tels que des podcasts ou des bandes dessinées qui ont complété l'expérience de l'utilisateur. Mais nombreuses sont les marques qui misent sur cette nouvelle méthode pour créer une image réussie: de Coca-Cola à Apple, elles se sont laissées séduire par les avantages de cette nouvelle communication.

Grâce à ce Certificat Avancé de TECH Université Technologique, les étudiants pourront acquérir des connaissances spécialisées dans ce domaine, et ils y parviendront à travers un programme conçu pour eux, qui est enseigné dans un format 100% en ligne, de sorte qu'ils pourront le combiner parfaitement avec le reste de leurs obligations quotidiennes.

Le **Certificat Avancé en Storytelling Transmédia** 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 Communication
- ♦ Les contenus graphiques, schématiques et éminemment pratiques avec lesquels ils sont conçus, fournissent des informations théoriques et pratiques sur les disciplines essentielles à la pratique professionnelle
- ♦ Actualités Transmédia *Storytelling*
- ♦ Les exercices pratiques où le processus d'auto-évaluation peut être réalisé pour améliorer l'apprentissage
- ♦ Il met l'accent sur les méthodologies innovantes en Transmédia *Storytelling*
- ♦ Le système d'apprentissage interactif basé sur des algorithmes pour la prise de décision sur les situations présentées
- ♦ Cours théoriques, questions à l'expert, forums de discussion sur des sujets controversés et travail de réflexion individuel
- ♦ La possibilité d'accéder aux contenus depuis n'importe quel appareil fixe ou portable doté d'une connexion internet



*Les grandes marques utilisent de plus en plus le Storytelling pour atteindre leur public. Grâce à cette spécialisation, vous pourrez vous proposer à eux en tant que créatif publicitaire"*

“

*TECH vous fournit une multitude de ressources pratiques qui vous seront indispensables pour vous spécialiser dans ce domaine”*

Son corps enseignant comprend des professionnels du domaine de la Communication, qui apportent l'expérience de leur travail à ce programme, ainsi que des spécialistes reconnus issus de grandes entreprises 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 Problèmes. Ainsi le professionnel devra essayer de résoudre les différentes situations de pratique professionnelle qui se présentent à lui tout au long du programme académique. Pour ce faire, l'étudiant sera assisté d'un innovant système de vidéos interactives, créé par des experts reconnus.

*Utilisez le Storytelling pour concevoir vos campagnes et, en peu de temps, votre marque sera plus reconnue sur le marché.*

*Grâce à ce programme, vous serez un pas de plus vers l'accès aux équipes publicitaires les plus réputées du pays.*



# 02

## Objectifs

Les professionnels de la communication orientent de plus en plus leur avenir vers la création de contenus publicitaires. Mais aujourd'hui, il ne suffit pas d'être créatif pour concevoir les meilleures campagnes; il faut aussi savoir manier les techniques les plus modernes pour leur conception et leur mise en œuvre. Ce programme vise à améliorer les qualifications des étudiants dans le domaine du Transmédia *Storytelling*, en veillant à ce qu'ils acquièrent un niveau de compétence qui les positionnera comme les principaux représentants du secteur.





“

*Si vous voulez que vos campagnes publicitaires soient aussi reconnues que celles de Coca-Cola, ne manquez pas cette occasion et spécialisez-vous dans le Storytelling Transmédia"*



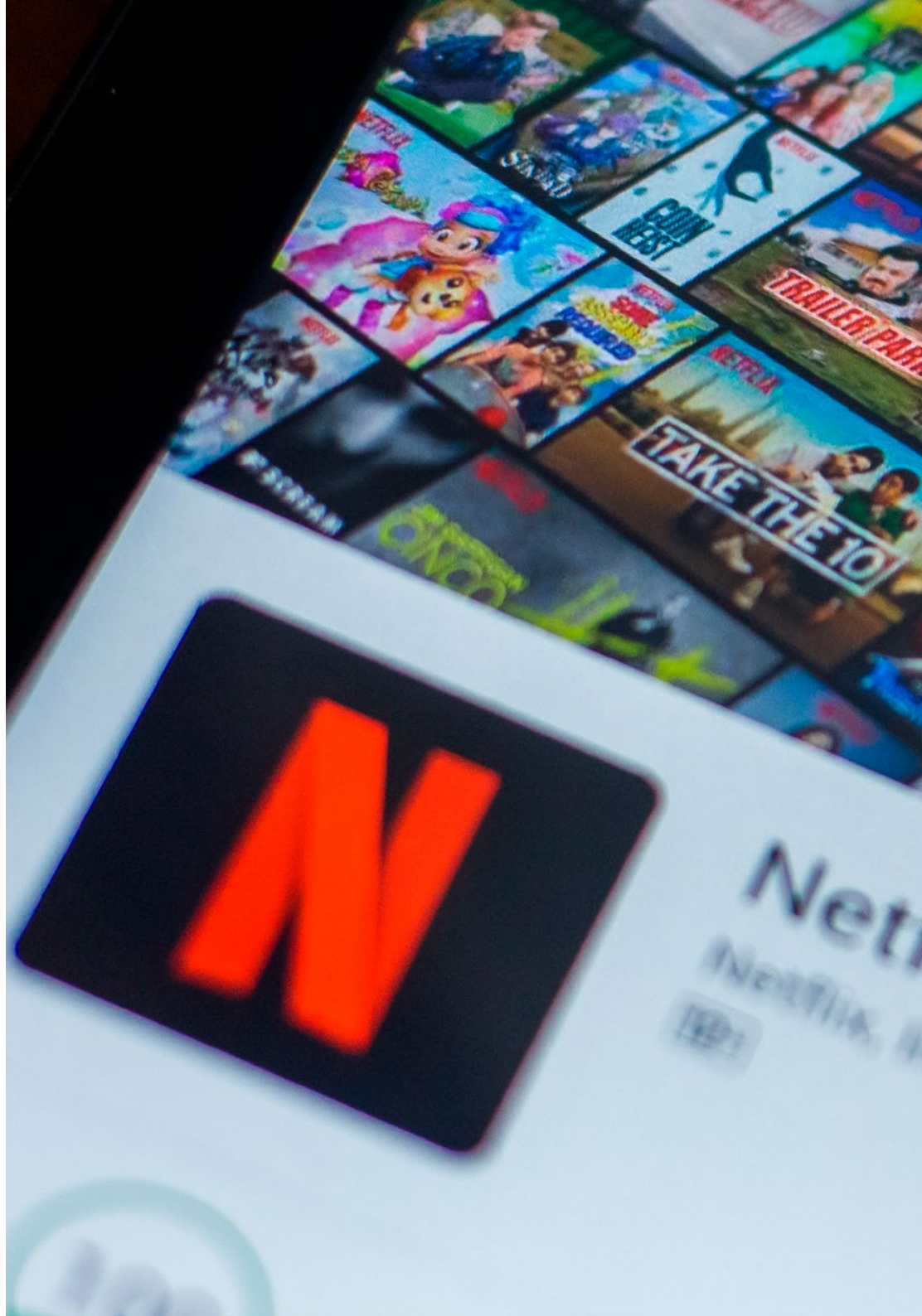
## Objectifs généraux

---

- Connaissance et compréhension conceptuelles du domaine du Transmédia *Storytelling* et comprendre sa pertinence dans différents domaines professionnels (publicité, Marketing, journalisme, divertissement)
- Acquérir les fondamentaux de la création transmédia, de la narration à la production, la dynamisation des communautés sociales et la monétisation économique

“

*Faire la distinction entre la narration traditionnelle et la narration transmédia vous permettra de créer des histoires plus contemporaines et plus attrayantes”*





## Objectifs spécifiques

---

### Module 1. Transmedia *Storytelling*, *Crossmedia*

- ♦ Étudier en profondeur le Transmédia *Storytelling* en tant que discipline en soulignant son importance dans différents secteurs professionnels

### Module 2. Récits transmédiatiques

- ♦ Maîtriser la manière dont la narration transmédia est construite et les différences avec la narration traditionnelle
- ♦ Intérioriser, à l'aide d'exemples pratiques la manière d'impliquer le public dans un développement transmédia

### Module 3. Production de contenu transmédia

- ♦ Approfondir la méthodologie pratique dans la construction de contenus transmédiés, de la phase de recherche et de documentation aux plateformes et à la mécanique participative



# 03

## Direction de la formation

Ce Certificat Avancé en Storytelling Transmédia a été développé par une équipe pédagogique ayant une grande expérience du secteur. Des professionnels réputés qui ont passé une grande partie de leur carrière dans le monde de la communication et qui sont conscients des avantages que peuvent apporter les nouveaux outils disponibles dans ce domaine. Ils offrent ainsi aux étudiants un tout nouveau contenu qui sera fondamental pour leur travail de créateur de contenu créatif et multimédia.





“

*Apprenez à connaître les particularités du Storytelling Transmédia grâce aux connaissances fournies par cette équipe pédagogique spécialisée”*

## Directeur Invité International

Le nom de Magda Romanska est incontournable dans le domaine des Arts du Spectacle et des Médias à l'échelle internationale. Entre autres projets, cette experte a été Chercheuse Principale au metaLAB de l'Université de Harvard et préside le Séminaire des Arts Transmédiés au célèbre Mahindra Humanities Center. Elle a également développé de nombreuses études liées à des institutions telles que le Centre des Études Européennes et le Centre Davis d'Études Russes et Eurasiennes.

Ses travaux se concentrent sur l'intersection de l'art, des sciences humaines, de la technologie et de la narration transmédia. Ce cadre englobe également la dramaturgie multiplateforme et métaverse, ainsi que l'interaction entre les humains et l'Intelligence Artificielle dans la performance. À partir de ses études approfondies dans ces domaines, elle a créé Drametrics, une analyse quantitative et informatique des textes dramatiques.

Elle est également fondatrice, PDG et rédactrice en chef de TheTheatreTimes.com, le plus grand portail théâtral numérique au monde. Elle a également lancé Performap.org, une carte numérique interactive des festivals de théâtre, financée par le Laboratoire des Sciences Humaines Numériques de Yale et une subvention LMDA pour l'innovation. Il a également été chargé du développement de l'International Online Theatre Festival (IOTF), un festival mondial annuel de théâtre en streaming, qui a jusqu'à présent touché plus d'un million de participants. En outre, cette initiative a reçu le Deuxième Prix International Culture Online pour le "Meilleur projet en ligne", choisi parmi 452 autres propositions provenant de 20 pays.

La docteur Romanska a également reçu les bourses MacDowell, Apothetae et Lark Theatre Playwriting de la Fondation Time Warner. Elle a également reçu le prix créatif PAHA et le prix Elliott Hayes pour l'excellence dans l'écriture Dramatique. Elle a également reçu des prix de l'Association Américaine pour la Recherche Théâtrale et de l'Association d'Etudes Polonaises.



## Dott.ssa. Romanska, Magda

---

- Chercheuse Principale au metaLAB de Harvard
- Directrice Exécutive et Rédactrice en Chef de TheTheatreTimes.com
- Chercheuse Associée au Centre d'Études Européennes Minda à Gunzburg
- Chercheuse Associée au Centre Davis d'Etudes Russes et Eurasiennes
- Professeure des Arts du Spectacle à l'Emerson College
- Professeure Associée au Centre Berkman pour l'Internet et la Société
- Doctorat en Théâtre, Film et Danse de l'Université de Cornell
- Master en Pensée et Littérature Modernes de l'Université de Stanford.
- Diplômée de l'École d'Art Dramatique de Yale et du Département de Littérature Comparée.
- Présidente du Séminaire sur les Arts Transmédias au Mahindra Humanities Center
- Membre du Conseil Consultatif de Digital Theatre+

“

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

## Direction



### Dr Regueira, Javier

- ◆ VP et co-fondateur de l'Association Espagnole de Branded Content
- ◆ Directeur Général de l'Agence Apécialisée dans le Branded Content ZOND (MIO Group)
- ◆ Professeur à l'Université Pontificale Comillas, ESDEN, Esic, Inesdi, The Valley
- ◆ Ancien Responsable Marketing chez BDF Nivea et Imperial Tobacco
- ◆ Auteur, blogueur et TEDx Speaker
- ◆ Docteur en Branded Content
- ◆ Diplômé de CC.EE. Européennes ICADE E4
- ◆ Master en Marketing





## Professeurs

### Dr Roig, Antoni

- ◆ Directeur du programme de Communication Audiovisuelle UOC
- ◆ Docteur en Sciences Sociales
- ◆ Diplôme de Communication Audiovisuelle
- ◆ Ingénieur Technique Télécommunications

### Mme Rosendo, Nieves

- ◆ Professeur Université de Grenade
- ◆ Doctorat en Communication Transmédia

04

# Structure et contenu

Ce Certificat Avancé en Storytelling Transmédia de TECH Université Technologique a été conçu en tenant compte des besoins académiques des professionnels de la communication journalistique et publicitaire, qui doivent connaître les nouvelles méthodes pour raconter des histoires de manière attractive, en provoquant des émotions chez le public et en le fidélisant. Le programme est divisé en 3 modules et couvre des sujets tels que le *Storytelling*, le *Crossmedia*, la narration et la production de contenu.





“

*Un programme fondamental pour apprendre à appliquer le Storytelling comme méthode principale pour montrer vos produits"*

## Module 1. *Storytelling Transmédia, Crossmedia*

- 1.1. Chronologie notion de transmédia
  - 1.1.1. Transmédia dans le contexte de la production culturelle contemporaine
  - 1.1.2. Comment comprendre le transmédia?
  - 1.1.3. Éléments clés intégrant une notion générale de transmédia
- 1.2. Transmédia et apparentés. Multiplateforma, *Crossmedia*, narratives numériques, multimodalité *Transmedia Literacies*, *Worldbuilding*, franquicias, *Data Storytelling*, plateforme
  - 1.2.1. Économie de l'attention
  - 1.2.2. Transmédia et apparentés
  - 1.2.3. Multimodalité, *Crossmedia* et transmedia
- 1.3. Domaines d'application et potentialités du transmédia
  - 1.3.1. Transmédia dans les industries culturelles
  - 1.3.2. Transmédia et organisations
  - 1.3.3. Transmédia en science et Éducation
- 1.4. Pratiques de consommation et culture transmédiatique
  - 1.4.1. Consommation culturelle et vie quotidienne
  - 1.4.2. Plateformes
  - 1.4.3. Contenu généré par usuari@s
- 1.5. Technologie(s)
  - 1.5.1. Transmedia, nouveaux médias et technologie: les premiers temps
  - 1.5.2. Données
  - 1.5.3. Le facteur technologique dans les projets transmédia
- 1.6. Transmedia, entre le numérique et les expériences en direct
  - 1.6.1. La valeur des expériences en direct
  - 1.6.2. Qu'entendons-nous par expérience?
  - 1.6.3. Exemples d'expériences dans le monde réel
- 1.7. Transmédia et jeu: conception d'expériences ludiques
  - 1.7.1. Le tout et les parties: questions à prendre en compte lors de la définition des éléments individuels d'une expérience transmédia
  - 1.7.2. Le facteur ludique
  - 1.7.3. Quelques exemples

- 1.8. Aspects critiques du transmédia
  - 1.8.1. Qu'est-ce qui peut devenir transmédia?
  - 1.8.2. Discussion
  - 1.8.3. Un regard critique: Quels défis et problèmes devons-nous affronter?
- 1.9. Transmédia interdisciplinaire: rôles, profils, équipes
  - 1.9.1. Travail d'équipe
  - 1.9.2. Compétences intermédiaires
  - 1.9.3. Rôle

## Module 2. Récits transmédiatiques

- 2.1. Les récits transmédia selon Henry Jenkins
  - 2.1.1. Henry Jenkins, transmédia et culture de convergence
  - 2.1.2. Liens entre culture participative, transmédia et études de fans
  - 2.1.3. Les "sept principes" des récits transmédia
- 2.2. Révisions et visions alternatives sur les récits transmédiés
  - 2.2.1. Perspectives théoriques
  - 2.2.2. Perspectives de la pratique professionnelle
  - 2.2.3. Visions spécifiques
- 2.3. Histoires, narration, storytelling
  - 2.3.1. Histoires, narration et storytelling
  - 2.3.2. Narrative comme structure et comme pratique
  - 2.3.3. Intertextualité
- 2.4. Narration classique narration non linéaire et transmédia
  - 2.4.1. L'expérience narrative
  - 2.4.2. L'expérience narrative
  - 2.4.3. Les idées et venues du "Voyage du héros"
- 2.5. Narrative interactive: structures narratives linéaires et non linéaires
  - 2.5.1. Interactivité
  - 2.5.2. Agence
  - 2.5.3. Différentes structures narratives non linéaires

- 2.6. *Storytelling* digitale
  - 2.6.1. Les récits numériques
  - 2.6.2. Les origines du digital *Storytelling*: histoires de vie
  - 2.6.3. *Storytelling* numérique et transmédia
- 2.7. Ancres narrative transmédia: mondes, personnages, temps et lignes temporelles, cartes, espace
  - 2.7.1. Le moment du saut
  - 2.7.2. Mondes imaginaires
  - 2.7.3. Participation du public
- 2.8. Phénomène fan, canon et transmédia
  - 2.8.1. La figure du fan
  - 2.8.2. *Fandom* et productivité
  - 2.8.3. Les principaux concepts de la relation entre transmédia et culture de fans
- 2.9. Implication des publics (stratégies *Engagement*, *Crowdsourcing*, *Crowdfunding*, etc.)
  - 2.9.1. Niveaux d'implication: suiveurs, enthousiastes, fans
  - 2.9.2. Le public, le collectif, la foule
  - 2.9.3. *Crowdsourcing* et *Crowdfunding*

### Module 3. Production de contenu transmédia

- 3.1. Phase d'élaboration du projet
  - 3.1.1. Récit
  - 3.1.2. Plateformes
  - 3.1.3. Public
- 3.2. Documentation, recherche, recherche de références
  - 3.2.1. Documentation
  - 3.2.2. Référents de succès
  - 3.2.3. Apprendre des autres
- 3.3. Stratégies créatives: à la recherche de la prémisse
  - 3.3.1. La prémisse
  - 3.3.2. Nécessité de la prémisse
  - 3.3.3. Projets cohérents

- 3.4. Plateformes, récit et participation. Un processus itératif
  - 3.4.1. Processus créatif
  - 3.4.2. Connexion entre les différentes pièces
  - 3.4.3. Les récits transmédia comme processus
- 3.5. La proposition narrative: récit, arcs, mondes, personnages
  - 3.5.1. Le récit et les arcs narratifs
  - 3.5.2. Mondes et univers
  - 3.5.3. Personnages au centre du récit
- 3.6. Le support optimal de notre narration. Formats et plateformes
  - 3.6.1. Le média et le message
  - 3.6.2. Sélection de plateformes
  - 3.6.3. Sélection des formats
- 3.7. Conception de l'expérience et de la participation. Rencontrez votre public
  - 3.7.1. Découvrez votre public
  - 3.7.2. Niveaux de participation
  - 3.7.3. Expérience et mémorabilité
- 3.8. La bible de production transmédia: approche, plateformes, voyage de l'utilisateur
  - 3.8.1. La bible de production transmédia
  - 3.8.2. Approche et plateformes
  - 3.8.3. Voyage utilisateur
- 3.9. La bible de production transmédia: esthétique du projet et besoins matériels et techniques
  - 3.9.1. Importance de l'esthétique
  - 3.9.2. Possibilités et production
  - 3.9.3. Besoins matériels et techniques
- 3.10. La bible de production transmédia: études de cas de modèles d'affaires
  - 3.10.1. Conception du modèle
  - 3.10.2. Adaptation du modèle
  - 3.10.3. Cas

05

# 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 le Relearning, un système qui abandonne 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 nécessitent 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 le biais d'activités collaboratives et de 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 utilisé dans les meilleures écoles de commerce 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 8 éléments didactiques différents 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 apprenez 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). C'est pourquoi nous combinons chacun de ces éléments 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 spécialisation, en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant les opinions: une équation directe vers le succès.*

D'après les 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 meilleur support 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.



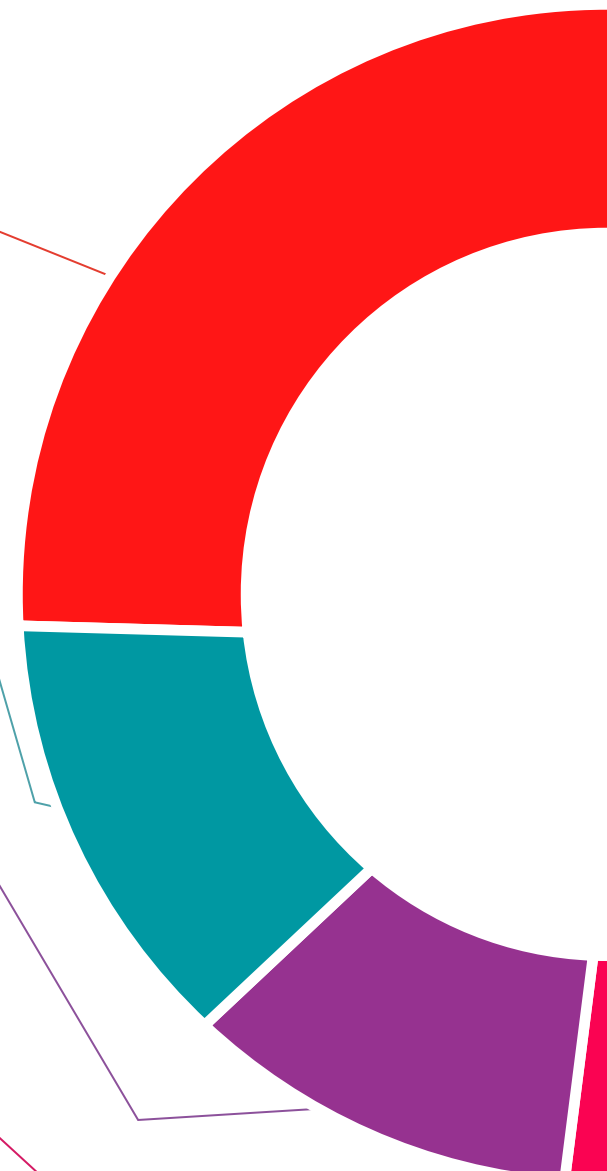
### Pratiques en compétences et aptitudes

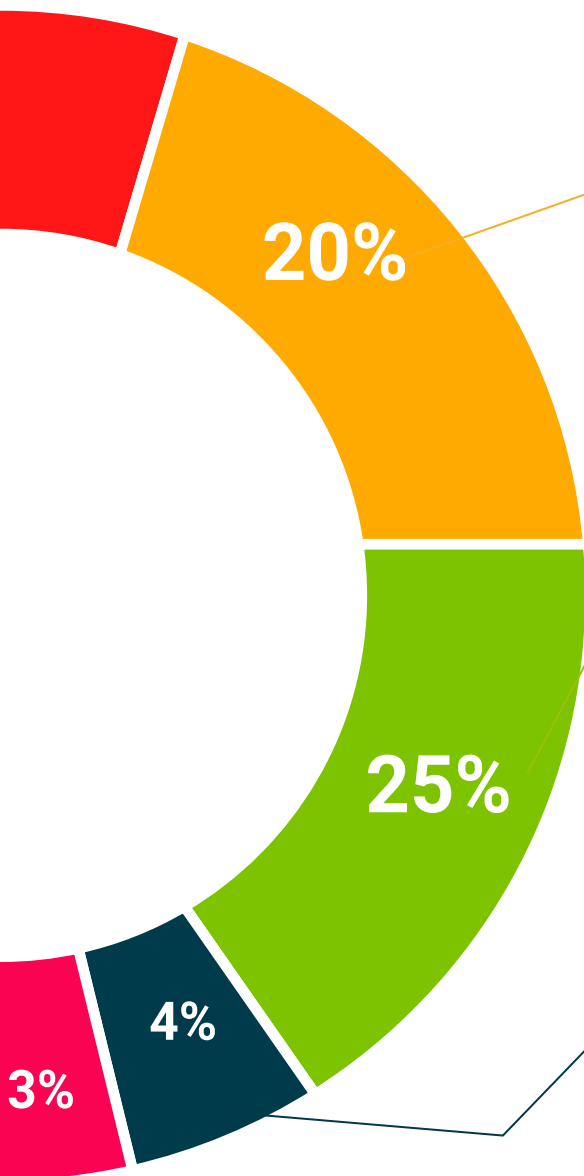
Les étudiants réaliseront des activités visant à développer des compétences et des aptitudes spécifiques dans chaque domaine. Des activités pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et aptitudes qu'un spécialiste doit développer dans le cadre de la mondialisation dans laquelle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



# 06 Diplôme

Le Certificat Avancé en Storytelling Transmédia vous garantit, en plus de la formation la plus rigoureuse et la plus actuelle, l'accès à un diplôme universitaire de Certificat Avancé délivré par TECH Université Technologique.



“

*Finalisez cette formation avec succès et recevez votre Certificat Avancé sans avoir à vous soucier des déplacements ou des démarches administratives”*

Le **Certificat Avancé en Storytelling Transmédia** 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 **Certificat Avancé** délivré par **TECH Université Technologique**.

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

Diplôme: **Certificat Avancé en Storytelling Transmédia**

N.º d'Heures Officielles: **450 h.**





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

Certificat Avancé

Storytelling Transmédia

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 6 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

# Certificat Avancé

## Storytelling Transmédia

