

Universitätsexperte

Transmedia Storytelling





tech technologische
universität

Universitätsexperte

Transmedia Storytelling

Modalität: **Online**

Dauer: **6 Monate**

Qualifizierung: **TECH Technologische Universität**

Unterrichtsstunden: **450 Std.**

Internetzugang: www.techtitute.com/de/journalismus-kommunikation/spezialisierung/spezialisierung-transmedia-storytelling

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Kursleitung

Seite 12

04

Struktur und Inhalt

Seite 16

05

Methodik

Seite 20

06

Qualifizierung

Seite 28

01

Präsentation

Die Zuschauer von heute sind auf der Suche nach einzigartigen Erlebnissen und entscheiden sich deshalb für innovative Inhalte, die einen Mehrwert bieten. Die Medien- und Kommunikationsagenturen haben diese neue Verbraucherphilosophie verstanden und setzen daher auf das Transmedia Storytelling als grundlegendes Instrument zur Ansprache der Nutzer. In diesem Programm lernen die Studenten die Besonderheiten dieser neuen Art des Geschichtenerzählens kennen, was sie zu äußerst wettbewerbsfähigen Fachleuten macht, die von den wichtigsten Unternehmen des Sektors nachgefragt werden.





*Erstellen Sie durch Transmedia
Storytelling Inhalte, die einen Mehrwert
für Ihre Marke schaffen und sich in
einem hart umkämpften Markt abheben"*

Im Informationszeitalter sind die Nutzer auf qualitativ hochwertige, wirkungsvolle Inhalte angewiesen, die eine Art von Emotion auslösen. Mit anderen Worten: Sie suchen nach Inhalten, die einen Mehrwert für ihr Seherlebnis bieten. Dies gilt für alle Gattungen und Medien, von Serien über Werbung bis hin zu Radio- und Fernsehnachrichten.

Die großen Unternehmen der Branche, die sich der Bedeutung attraktiver Inhalte bewusst sind, entwickeln sich ständig weiter und passen sich der neuen Zeit an. Sie setzen daher zunehmend auf die Erstellung von Inhalten mithilfe von Tools für das Transmedia *Storytelling*, mit denen zusammenhängende Geschichten für verschiedene Medien entwickelt werden, die die Werte der Marke widerspiegeln und in denen das Publikum eine wesentliche Rolle spielt.

Eines der deutlichsten Beispiele für Transmedia *Storytelling* ist die spanische Fernsehserie "El Ministerio del Tiempo", die den Zuschauern nicht nur die Möglichkeit bot, eine großartige Geschichte zu genießen, sondern auch eine ganze Reihe zusätzlicher Inhalte wie Podcasts oder Comics schuf, die das Nutzererlebnis vervollständigten. Aber es gibt viele Marken, die auf diese neue Methode setzen, um ein erfolgreiches Image zu schaffen: von Coca-Cola bis Apple haben sich von den Vorteilen der neuen Kommunikation überzeugen lassen.

Dank dieses Universitätsexperten der TECH Technologischen Universität können die Studenten Fachkenntnisse in diesem Bereich erwerben, und zwar durch ein auf sie zugeschnittenes Programm, das zu 100% online unterrichtet wird, sodass sie es perfekt mit ihren übrigen täglichen Verpflichtungen kombinieren können.

Dieser **Universitätsexperte in Transmedia Storytelling** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Die hervorstechendsten Merkmale sind:

- ♦ Die Entwicklung von Fallstudien, die von Kommunikationsexperten vorgestellt werden
- ♦ Ihre anschaulichen, schematischen und äußerst praktischen Inhalte vermitteln theoretische und praktische Informationen über die für die berufliche Praxis wesentlichen Disziplinen
- ♦ Neuigkeiten über Transmedia *Storytelling*
- ♦ Er enthält praktische Übungen in denen der Selbstbewertungsprozess durchgeführt werden kann um das Lernen zu verbessern
- ♦ Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf innovativen Methoden in Transmedia *Storytelling*
- ♦ Das interaktive Lernsystem, welches auf Algorithmen zur Entscheidungsfindung in gegebenen Situationen basiert
- ♦ Theoretische Vorträge, Fragen an den Experten, Diskussionsforen zu kontroversen Themen und individuelle Reflexionsarbeit
- ♦ Die Verfügbarkeit des Zugangs zu Inhalten von jedem festen oder tragbaren Gerät mit Internetanschluss



Große Marken setzen zunehmend auf Storytelling, um ihre Zielgruppen zu erreichen. Dank dieser Spezialisierung können Sie sich ihnen als kreativer Werbegestalter anbieten"

“

TECH bietet Ihnen eine Vielzahl praktischer Ressourcen, die für eine Spezialisierung in diesem Bereich unerlässlich sind“

Das Dozententeam besteht aus Fachleuten aus dem Bereich der Kommunikation, die ihre Berufserfahrung in dieses Programm einbringen, sowie aus anerkannten Spezialisten aus führenden Unternehmen und renommierten Universitäten.

Die multimedialen Inhalte, die mit den neuesten Bildungstechnologien entwickelt wurden, ermöglichen den Fachleuten ein situiertes und kontextbezogenes Lernen, d. h. eine simulierte Umgebung, die ein immersives Lernprogramm für die Fortbildung in realen Situationen bietet.

Das Konzept dieses Programms basiert auf problemorientiertem Lernen, bei dem der Student versuchen muss, die verschiedenen Situationen der beruflichen Praxis zu lösen, die während des Programms auftreten. Zu diesem Zweck wird sie von einem innovativen interaktiven Videosystem unterstützt, das von renommierten Experten entwickelt wurde.

Nutzen Sie Storytelling für die Gestaltung Ihrer Kampagnen, und in kurzer Zeit wird Ihre Marke auf dem Markt besser wahrgenommen werden.

Dank dieses Programms kommen Sie dem Zugang zu den renommiertesten Werbeteams des Landes einen Schritt näher.



02 Ziele

Die Kommunikationsfachleute richten ihre Zukunft zunehmend auf die Erstellung von Werbeinhalten aus. Aber heutzutage reicht es nicht mehr aus, kreativ zu sein, um die besten Kampagnen zu entwerfen; man muss auch wissen, wie man die modernsten Techniken für ihre Gestaltung und Umsetzung handhabt. Dieses Programm zielt darauf ab, die Qualifikationen der Studenten im Bereich Transmedia *Storytelling* zu verbessern und sie in die Lage zu versetzen, ein Kompetenzniveau zu erreichen, das sie zu den führenden Exponenten des Sektors macht.



“

Wenn Sie wollen, dass Ihre Werbekampagnen so bekannt werden wie die von Coca-Cola, sollten Sie sich die Gelegenheit nicht entgehen lassen und sich auf Transmedia Storytelling spezialisieren"

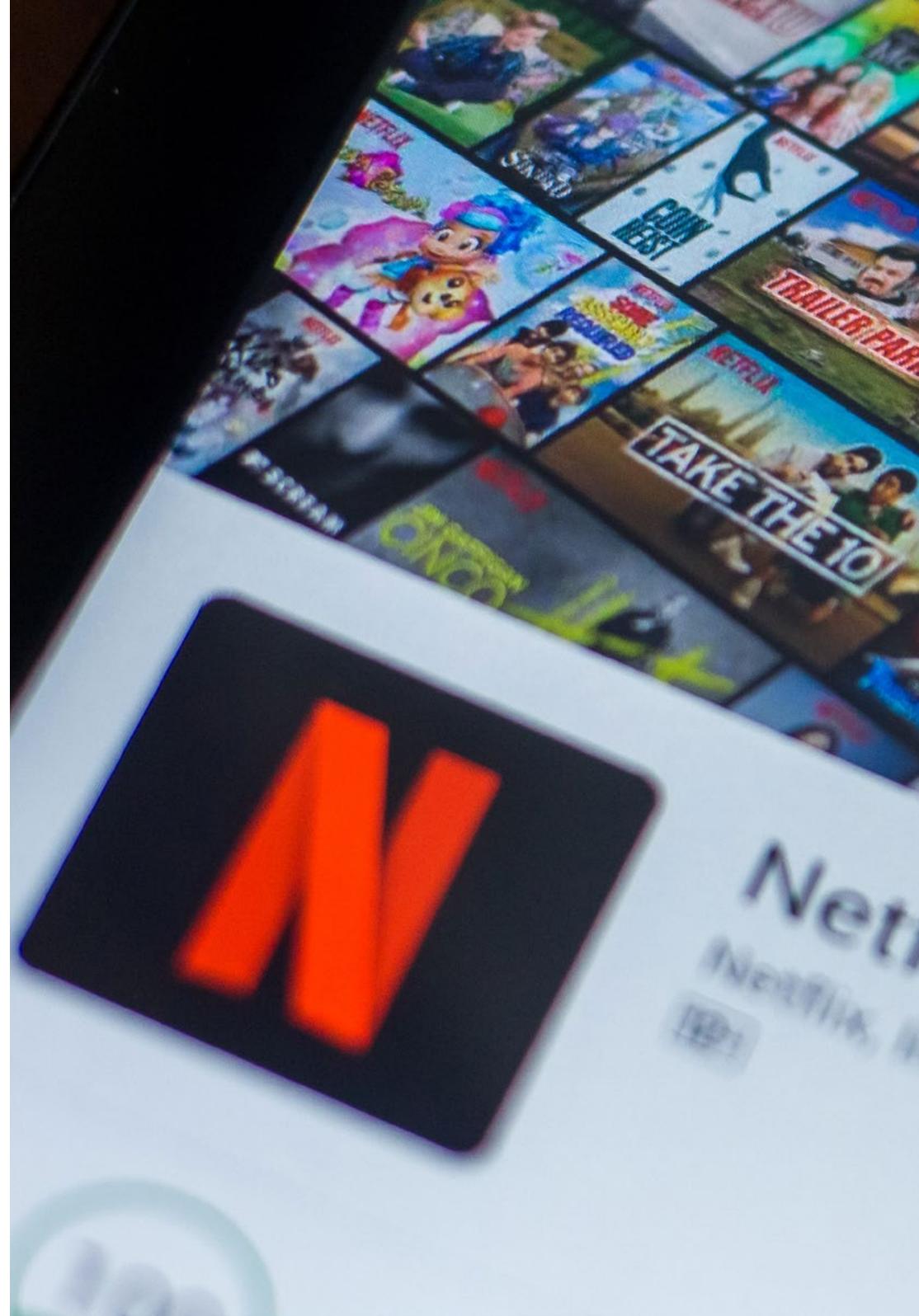


Allgemeine Ziele

- ♦ Konzeptuelles Verständnis und Beherrschung des Bereichs des *Transmedia Storytelling* und seiner Relevanz in verschiedenen Berufsfeldern (Werbung, Marketing, Journalismus, Unterhaltung)
- ♦ Erwerb der Grundlagen der transmedialen Kreation, von der Erzählung bis zur Produktion, der Dynamisierung in sozialen Gemeinschaften und der wirtschaftlichen Monetarisierung



Die Unterscheidung zwischen traditionellem und transmedialem Storytelling ermöglicht es Ihnen, zeitgemäßere und fesselndere Geschichten zu kreieren"





Spezifische Ziele

Modul 1. Transmedia Storytelling, Crossmedia

- ♦ Vertiefung in *Transmedia Storytelling* als Disziplin und Hervorhebung ihrer Bedeutung in verschiedenen Berufszweigen

Modul 2. Transmediale Narrative

- ♦ Wissen, wie transmediales Storytelling aufgebaut ist und welche Unterschiede es zum traditionellen Storytelling gibt
- ♦ Verinnerlichung der Einbeziehung des Publikums in eine transmediale Entwicklung anhand von praktischen Beispielen

Modul 3. Produktion von transmedialen Inhalten

- ♦ Vertiefung der praktischen Methodik bei der Erstellung von transmedialen Inhalten, von der Recherche- und Dokumentationsphase bis hin zu den Plattformen und partizipativen Mechanismen

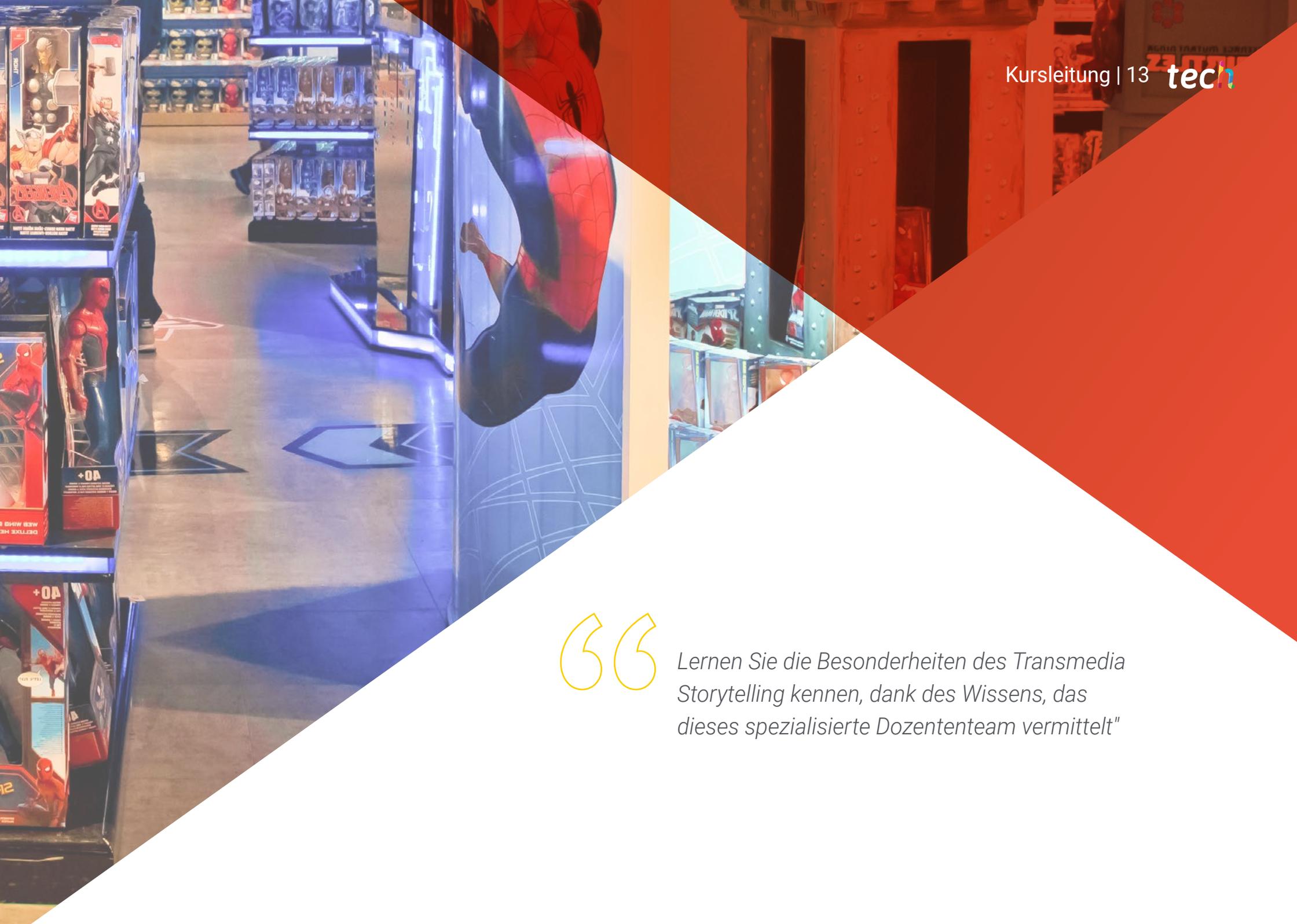


03

Kursleitung

Dieser Universitätsexperte für Transmedia Storytelling wurde von einem Dozententeam mit umfassender Erfahrung in diesem Bereich entwickelt. Renommierte Fachleute, die einen großen Teil ihrer beruflichen Laufbahn in der Welt der Kommunikation verbracht haben und sich der Vorteile bewusst sind, die die neuen, in diesem Bereich verfügbaren Tools bringen können. Auf diese Weise bieten sie den Studenten einen völlig neuen Inhalt, der für ihre Arbeit als kreative und multimediale Inhaltsschöpfer von grundlegender Bedeutung sein wird.





“

Lernen Sie die Besonderheiten des Transmedia Storytelling kennen, dank des Wissens, das dieses spezialisierte Dozententeam vermittelt"

Leitung



Dr. Regueira, Javier

- Vizepräsident und Mitbegründer der spanischen Vereinigung für Branded Content
- Geschäftsführer der spezialisierten Agentur für Branded Content ZOND (Teil der MIO Group)
- Dozent an der Päpstlichen Universität Comillas, ESDEN, Esic, Inesdi, The Valley
- Ehemaliger Marketingleiter bei BDF Nivea und Imperial Tobacco
- Autor, Blogger und TEDx Speaker
- Promotion in Markeninhalten
- Hochschulabschluss in CC.EE. Europäische ICADE E4
- Masterstudiengang in Marketing



Professoren

Dr. Roig, Antoni

- ◆ Leitung des Programms für audiovisuelle Kommunikation UOC
- ◆ Promotion in Sozialwissenschaften
- ◆ Hochschulabschluss in Audiovisueller Kommunikation
- ◆ Technischer Ingenieur für Telekommunikation

Fr. Rosendo, Nieves

- ◆ Dozentin Universität Granada
- ◆ Doktorandin in Transmedialer Kommunikation

04

Struktur und Inhalt

Dieser Universitätsexperte für Transmedia Storytelling der TECH Technologischen Universität wurde mit Blick auf die akademischen Bedürfnisse von Fachleuten aus dem Bereich der journalistischen und werblichen Kommunikation entwickelt, die die neuen Methoden kennen müssen, um Geschichten auf attraktive Weise zu erzählen, Emotionen beim Publikum auszulösen und dessen Loyalität zu erreichen. Das Programm ist in 3 Module unterteilt und deckt Themen wie *Storytelling*, *Crossmedia*, Erzählung und Content-Produktion ab.





“

Ein grundlegendes Programm, um zu lernen, wie man Storytelling als Hauptmethode zur Präsentation seiner Produkte einsetzt"

Modul 1. Transmedia Storytelling, Crossmedia

- 1.1. Chronologie des Begriffs Transmedia
 - 1.1.1. Transmedia im Kontext der zeitgenössischen Kulturproduktion
 - 1.1.2. Wie verstehen wir Transmedia?
 - 1.1.3. Schlüsselemente, die einen allgemeinen Begriff von Transmedia ausmachen
- 1.2. Transmedia und verwandtes. Multiplattform, *Crossmedia*, digitale Erzählungen, Multimodalität, *Transmedia Literacies*, *Worldbuilding*, Franchising, *Data Storytelling*, Plattformisierung
 - 1.2.1. Wirtschaft der Aufmerksamkeit
 - 1.2.2. Transmedia und verwandtes
 - 1.2.3. Multimodalität, *Crossmedia* und Transmedia
- 1.3. Anwendungsbereiche und Potenzial von Transmedia
 - 1.3.1. Transmedia in der Kulturindustrie
 - 1.3.2. Transmedia und Organisationen
 - 1.3.3. Transmedia in Wissenschaft und Bildung
- 1.4. Konsumverhalten und transmediale Kultur
 - 1.4.1. Kulturkonsum und Alltagsleben
 - 1.4.2. Plattformen
 - 1.4.3. Benutzergenerierte Inhalte
- 1.5. Technologie(n)
 - 1.5.1. Transmedia, neue Medien und Technologie: die ersten Tage
 - 1.5.2. Daten
 - 1.5.3. Der technologische Faktor bei transmedialen Projekten
- 1.6. Transmedia, zwischen digitalen und Live-Erlebnissen
 - 1.6.1. Der Wert von Live-Erlebnissen
 - 1.6.2. Was verstehen wir unter Erfahrung?
 - 1.6.3. Beispiele für Erfahrungen aus der Praxis
- 1.7. Transmedia und Spiele: Gestaltung spielerischer Erfahrungen
 - 1.7.1. Das Ganze und die Teile: Fragen, die bei der Definition der einzelnen Elemente einer transmedialen Erfahrung zu berücksichtigen sind
 - 1.7.2. Der Spielfaktor
 - 1.7.3. Einige Beispiele

- 1.8. Kritische Aspekte von Transmedia
 - 1.8.1. Was kann Transmedia werden?
 - 1.8.2. Diskussion
 - 1.8.3. Ein kritischer Blick: Mit welchen Herausforderungen und Problemen sind wir konfrontiert?
- 1.9. Interdisziplinäre Transmedien: Rollen, Profile, Teams
 - 1.9.1. Teamarbeit
 - 1.9.2. Transmediale Kompetenzen
 - 1.9.3. Rollen

Modul 2. Transmediale Narrative

- 2.1. Transmediale Erzählungen nach Henry Jenkins
 - 2.1.1. Henry Jenkins, Transmedia und Konvergenzkultur
 - 2.1.2. Verbindungen zwischen partizipativer Kultur, Transmedia und Fan Studies
 - 2.1.3. Die 'sieben Prinzipien' des transmedialen Geschichtenerzählens
- 2.2. Rezensionen und alternative Ansichten über transmediale Erzählungen
 - 2.2.1. Theoretische Perspektiven
 - 2.2.2. Perspektiven der beruflichen Praxis
 - 2.2.3. Besondere Ansichten
- 2.3. Geschichten, Erzählung, Storytelling
 - 2.3.1. Geschichten, Erzählung und Storytelling
 - 2.3.2. Erzählung als Struktur und als Praxis
 - 2.3.3. Definiert und undefiniert
- 2.4. Klassisches, nicht-lineares und transmediales Erzählen
 - 2.4.1. Das erzählerische Erlebnis
 - 2.4.2. Erzählerische Struktur in drei Akten
 - 2.4.3. Die Ideen und das Kommen und Gehen der 'Reise des Helden'
- 2.5. Interaktives Erzählen: lineare und nicht-lineare Erzählstrukturen
 - 2.5.1. Interaktivität
 - 2.5.2. Agentur
 - 2.5.3. Verschiedene nicht-lineare Erzählstrukturen

- 2.6. Digitales *Storytelling*
 - 2.6.1. Digitale Erzählungen
 - 2.6.2. Der Ursprung des digitalen *Storytelling*: Lebensgeschichten
 - 2.6.3. Digitales *Storytelling* und Transmedia
- 2.7. Transmediale *Storytelling*-'Anker': Welten, Charaktere, Zeit und Zeitlinien, Karten, Raum
 - 2.7.1. Der Augenblick des Sprungs
 - 2.7.2. Imaginäre Welten
 - 2.7.3. Beteiligung des Publikums
- 2.8. Fan-Phänomen, Kanon und Transmedia
 - 2.8.1. Die Figur des Fans
 - 2.8.2. *Fandom* und Produktivität
 - 2.8.3. Schlüsselkonzepte in der Beziehung zwischen Transmedia und Fankultur
- 2.9. Einbindung des Publikums (Strategien des *Engagement*, *Crowdsourcing*, *Crowdfunding*, usw.)
 - 2.9.1. Ebenen des Engagements: Follower, Enthusiasten, Fans
 - 2.9.2. Die Öffentlichkeit, das Kollektiv, die Menge
 - 2.9.3. *Crowdsourcing* und *Crowdfunding*

Modul 3. Produktion von transmedialen Inhalten

- 3.1. Die Phase der Projektidee
 - 3.1.1. Erzählung
 - 3.1.2. Plattformen
 - 3.1.3. Publikum
- 3.2. Dokumentation, Forschung, Benchmarking
 - 3.2.1. Dokumentation
 - 3.2.2. Erfolgreiche Benchmarks
 - 3.2.3. Von anderen lernen
- 3.3. Kreative Strategien: Auf der Suche nach der Prämisse
 - 3.3.1. Die Prämisse
 - 3.3.2. Die Notwendigkeit der Prämisse
 - 3.3.3. Kohärente Projekte

- 3.4. Plattformen, Erzählungen und Beteiligung. Ein iterativer Prozess
 - 3.4.1. Kreativer Prozess
 - 3.4.2. Verbindung zwischen den verschiedenen Teilen
 - 3.4.3. Transmediale Erzählungen als Prozess
- 3.5. Der erzählerische Vorschlag: Geschichte, Bögen, Welten, Charaktere
 - 3.5.1. Die Geschichte und die Erzählbögen
 - 3.5.2. Welten und Universen
 - 3.5.3. Charaktere als Mittelpunkt der Geschichte
- 3.6. Die optimale Unterstützung für unsere Erzählung. Formate und Plattformen
 - 3.6.1. Das Medium und die Botschaft
 - 3.6.2. Auswahl der Plattform
 - 3.6.3. Auswahl des Formats
- 3.7. Gestaltung des Erlebnisses und der Teilnahme. Kennen Sie Ihr Publikum
 - 3.7.1. Entdecken Sie Ihr Publikum
 - 3.7.2. Ebenen der Beteiligung
 - 3.7.3. Erfahrung und Einprägsamkeit
- 3.8. Die transmediale Produktionsbibel: Ansatz, Plattformen, User Journey
 - 3.8.1. Die transmediale Produktionsbibel
 - 3.8.2. Ansatz und Plattformen
 - 3.8.3. User Journey
- 3.9. Die Transmedia-Produktionsbibel: Projektästhetik, Material und technische Anforderungen
 - 3.9.1. Die Bedeutung der Ästhetik
 - 3.9.2. Möglichkeiten und Produktion
 - 3.9.3. Materielle und technische Anforderungen
- 3.10. Die Transmedia-Produktionsbibel: Fallstudien zu Geschäftsmodellen
 - 3.10.1. Modell-Design
 - 3.10.2. Anpassen des Modells
 - 3.10.3. Fälle

05

Methodik

Dieses Fortbildungsprogramm bietet eine andere Art des Lernens. Unsere Methodik wird durch eine zyklische Lernmethode entwickelt: **das Relearning**.

Dieses Lehrsystem wird z. B. an den renommiertesten medizinischen Fakultäten der Welt angewandt und wird von wichtigen Publikationen wie dem **New England Journal of Medicine** als eines der effektivsten angesehen.



“

Entdecken Sie Relearning, ein System, das das herkömmliche lineare Lernen aufgibt und Sie durch zyklische Lehrsysteme führt: eine Art des Lernens, die sich als äußerst effektiv erwiesen hat, insbesondere in Fächern, die Auswendiglernen erfordern"

Fallstudie zur Kontextualisierung aller Inhalte

Unser Programm bietet eine revolutionäre Methode zur Entwicklung von Fähigkeiten und Kenntnissen. Unser Ziel ist es, Kompetenzen in einem sich wandelnden, wettbewerbsorientierten und sehr anspruchsvollen Umfeld zu stärken.

“

Mit TECH werden Sie eine Art des Lernens erleben, die die Grundlagen der traditionellen Universitäten in der ganzen Welt verschiebt”



Sie werden Zugang zu einem Lernsystem haben, das auf Wiederholung basiert, mit natürlichem und progressivem Unterricht während des gesamten Lehrplans.



Die Studierenden lernen durch gemeinschaftliche Aktivitäten und reale Fälle die Lösung komplexer Situationen in realen Geschäftsumgebungen.

Eine innovative und andersartige Lernmethode

Dieses TECH-Programm ist ein von Grund auf neu entwickeltes, intensives Lehrprogramm, das die anspruchsvollsten Herausforderungen und Entscheidungen in diesem Bereich sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene vorsieht. Dank dieser Methodik wird das persönliche und berufliche Wachstum gefördert und ein entscheidender Schritt in Richtung Erfolg gemacht. Die Fallmethode, die Technik, die diesem Inhalt zugrunde liegt, gewährleistet, dass die aktuellste wirtschaftliche, soziale und berufliche Realität berücksichtigt wird.

“ *Unser Programm bereitet Sie darauf vor, sich neuen Herausforderungen in einem unsicheren Umfeld zu stellen und in Ihrer Karriere erfolgreich zu sein“*

Die Fallstudienmethode ist das am weitesten verbreitete Lernsystem an den besten Business Schools der Welt, seit es sie gibt. Die Fallmethode wurde 1912 entwickelt, damit die Jurastudenten das Recht nicht nur anhand theoretischer Inhalte erlernen, sondern ihnen reale, komplexe Situationen vorlegen, damit sie fundierte Entscheidungen treffen und Werturteile darüber fällen können, wie diese zu lösen sind. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard eingeführt.

Was sollte eine Fachkraft in einer bestimmten Situation tun? Mit dieser Frage konfrontieren wir Sie in der Fallmethode, einer handlungsorientierten Lernmethode. Während des gesamten Programms werden Sie mit mehreren realen Fällen konfrontiert. Sie müssen Ihr gesamtes Wissen integrieren, recherchieren, argumentieren und Ihre Ideen und Entscheidungen verteidigen.

Relearning Methodik

TECH kombiniert die Methodik der Fallstudien effektiv mit einem 100%igen Online-Lernsystem, das auf Wiederholung basiert und in jeder Lektion 8 verschiedene didaktische Elemente kombiniert.

Wir ergänzen die Fallstudie mit der besten 100%igen Online-Lehrmethode: Relearning.

Im Jahr 2019 erzielten wir die besten Lernergebnisse aller spanischsprachigen Online-Universitäten der Welt.



Bei TECH lernen Sie mit einer hochmodernen Methodik, die darauf ausgerichtet ist, die Führungskräfte der Zukunft auszubilden. Diese Methode, die an der Spitze der weltweiten Pädagogik steht, wird Relearning genannt.

Unsere Universität ist die einzige in der spanischsprachigen Welt, die für die Anwendung dieser erfolgreichen Methode zugelassen ist. Im Jahr 2019 ist es uns gelungen, die Gesamtzufriedenheit unserer Studenten (Qualität der Lehre, Qualität der Materialien, Kursstruktur, Ziele...) in Bezug auf die Indikatoren der besten Online-Universität in Spanisch zu verbessern.

In unserem Programm ist das Lernen kein linearer Prozess, sondern erfolgt in einer Spirale (lernen, verlernen, vergessen und neu lernen). Daher kombinieren wir jedes dieser Elemente konzentrisch. Mit dieser Methode wurden mehr als 650.000 Hochschulabsolventen mit beispiellosem Erfolg in so unterschiedlichen Bereichen wie Biochemie, Genetik, Chirurgie, internationales Recht, Managementfähigkeiten, Sportwissenschaft, Philosophie, Recht, Ingenieurwesen, Journalismus, Geschichte, Finanzmärkte und -Instrumente ausgebildet. Dies alles in einem sehr anspruchsvollen Umfeld mit einer Studentenschaft mit hohem sozioökonomischem Profil und einem Durchschnittsalter von 43,5 Jahren.

Das Relearning ermöglicht es Ihnen, mit weniger Aufwand und mehr Leistung zu lernen, sich mehr auf Ihre Spezialisierung einzulassen, einen kritischen Geist zu entwickeln, Argumente zu verteidigen und Meinungen zu kontrastieren: eine direkte Gleichung zum Erfolg.

Nach den neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen der Neurowissenschaften wissen wir nicht nur, wie wir Informationen, Ideen, Bilder und Erinnerungen organisieren, sondern auch, dass der Ort und der Kontext, in dem wir etwas gelernt haben, von grundlegender Bedeutung dafür sind, dass wir uns daran erinnern und es im Hippocampus speichern können, um es in unserem Langzeitgedächtnis zu behalten.

Auf diese Weise sind die verschiedenen Elemente unseres Programms im Rahmen des so genannten neurokognitiven kontextabhängigen E-Learnings mit dem Kontext verbunden, in dem der Teilnehmer seine berufliche Praxis entwickelt.



Dieses Programm bietet die besten Lehrmaterialien, die sorgfältig für Fachleute aufbereitet sind:



Studienmaterial

Alle didaktischen Inhalte werden von den Fachleuten, die den Kurs unterrichten werden, speziell für den Kurs erstellt, so dass die didaktische Entwicklung wirklich spezifisch und konkret ist.

Diese Inhalte werden dann auf das audiovisuelle Format angewendet, um die TECH-Online-Arbeitsmethode zu schaffen. Und das alles mit den neuesten Techniken, die dem Studenten qualitativ hochwertige Stücke aus jedem einzelnen Material zur Verfügung stellen.



Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt.

Das sogenannte Learning from an Expert baut Wissen und Gedächtnis auf und schafft Vertrauen für zukünftige schwierige Entscheidungen.



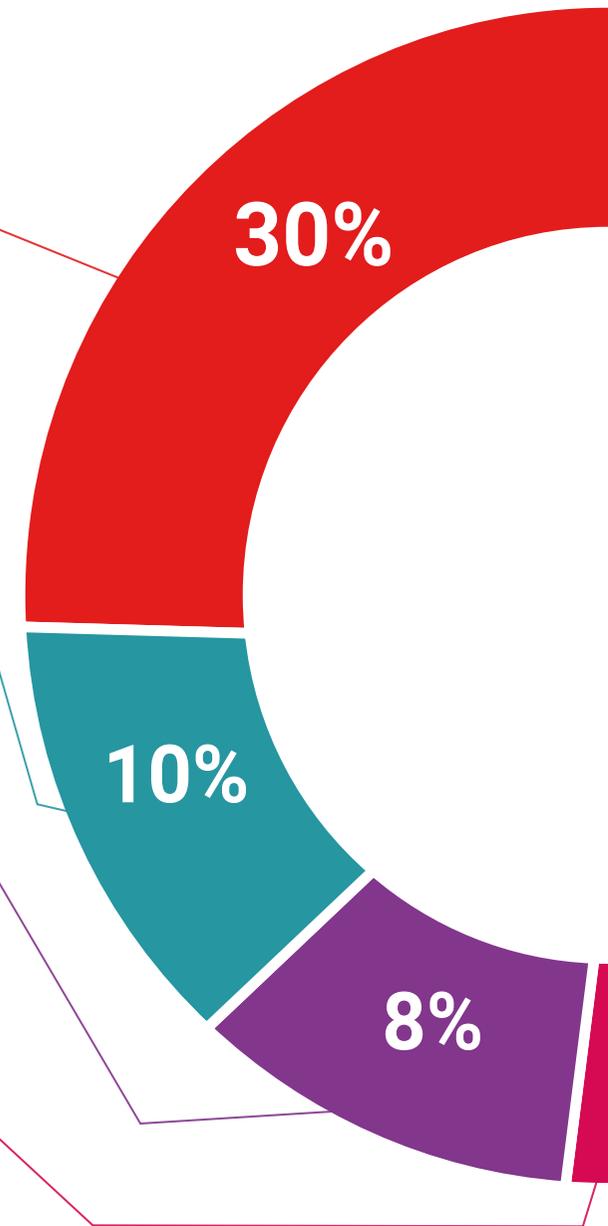
Fertigkeiten und Kompetenzen Praktiken

Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Kompetenzen und Fertigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Praktiken und Dynamiken zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein Spezialist im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



Weitere Lektüren

Aktuelle Artikel, Konsensdokumente und internationale Leitfäden, u.a. In der virtuellen Bibliothek von TECH haben die Studenten Zugang zu allem, was sie für ihre Ausbildung benötigen.





Fallstudien

Sie werden eine Auswahl der besten Fallstudien vervollständigen, die speziell für diese Qualifizierung ausgewählt wurden. Die Fälle werden von den besten Spezialisten der internationalen Szene präsentiert, analysiert und betreut.



Interaktive Zusammenfassungen

Das TECH-Team präsentiert die Inhalte auf attraktive und dynamische Weise in multimedialen Pillen, die Audios, Videos, Bilder, Diagramme und konzeptionelle Karten enthalten, um das Wissen zu vertiefen.

Dieses einzigartige Bildungssystem für die Präsentation multimedialer Inhalte wurde von Microsoft als "europäische Erfolgsgeschichte" ausgezeichnet.



Prüfung und Nachprüfung

Die Kenntnisse der Studenten werden während des gesamten Programms regelmäßig durch Bewertungs- und Selbsteinschätzungsaktivitäten und -übungen beurteilt und neu bewertet, so dass die Studenten überprüfen können, wie sie ihre Ziele erreichen.



06

Qualifizierung

Der Universitätsexperte in Transmedia Storytelling garantiert neben der strengsten und aktuellsten Ausbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Technologischen Universität ausgestellten Diplom.



“

*Schließen Sie dieses Programm
erfolgreich ab und erhalten Sie
Ihren Universitätsabschluss ohne
lästige Reisen oder Formalitäten”*

Dieser **Universitätsexperte in Transmedia Storytelling** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

Sobald der Student die Prüfungen bestanden hat, erhält er/sie per Post* mit Empfangsbestätigung das entsprechende Diplom, ausgestellt von der **TECH Technologischen Universität**.

Das von **TECH Technologische Universität** ausgestellte Diplom drückt die erworbene Qualifikation aus und entspricht den Anforderungen, die in der Regel von Stellenbörsen, Auswahlprüfungen und Berufsbildungsausschüssen verlangt werden.

Titel: **Universitätsexperte in Transmedia Storytelling**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **450 Std.**



*Haager Apostille. Für den Fall, dass der Student die Haager Apostille für sein Papierdiplom beantragt, wird TECH EDUCATION die notwendigen Vorkehrungen treffen, um diese gegen eine zusätzliche Gebühr zu beschaffen.

zukunft

gesundheit vertrauen menschen
erziehung information tutoren
garantie akkreditierung unterricht
institutionen technologie lernen
gemeinschaft verpflichtung
persönliche betreuung innovation
wissen gegenwart qualität
online-Ausbildung
entwicklung institutionen
virtuelles Klassenzimmer

tech technologische
universität

Universitätsexperte

Transmedia Storytelling

Modalität: Online

Dauer: 6 Monate

Qualifizierung: TECH Technologische Universität

Unterrichtsstunden: 450 Std.

Universitätsexperte

Transmedia Storytelling

