

# Experto Universitario Transmedia Storytelling





## Experto Universitario Transmedia Storytelling

- » Modalidad: online
- » Duración: 6 meses
- » Titulación: TECH Universidad FUNDEPOS
- » Acreditación: 18 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: [www.techtute.com/periodismo-comunicacion/experto-universitario/experto-transmedia-storytelling](http://www.techtute.com/periodismo-comunicacion/experto-universitario/experto-transmedia-storytelling)



# Índice

01

Presentación

---

*pág. 4*

02

Objetivos

---

*pág. 8*

03

Dirección del curso

---

*pág. 12*

04

Estructura y contenido

---

*pág. 18*

05

Metodología de estudio

---

*pág. 22*

06

Titulación

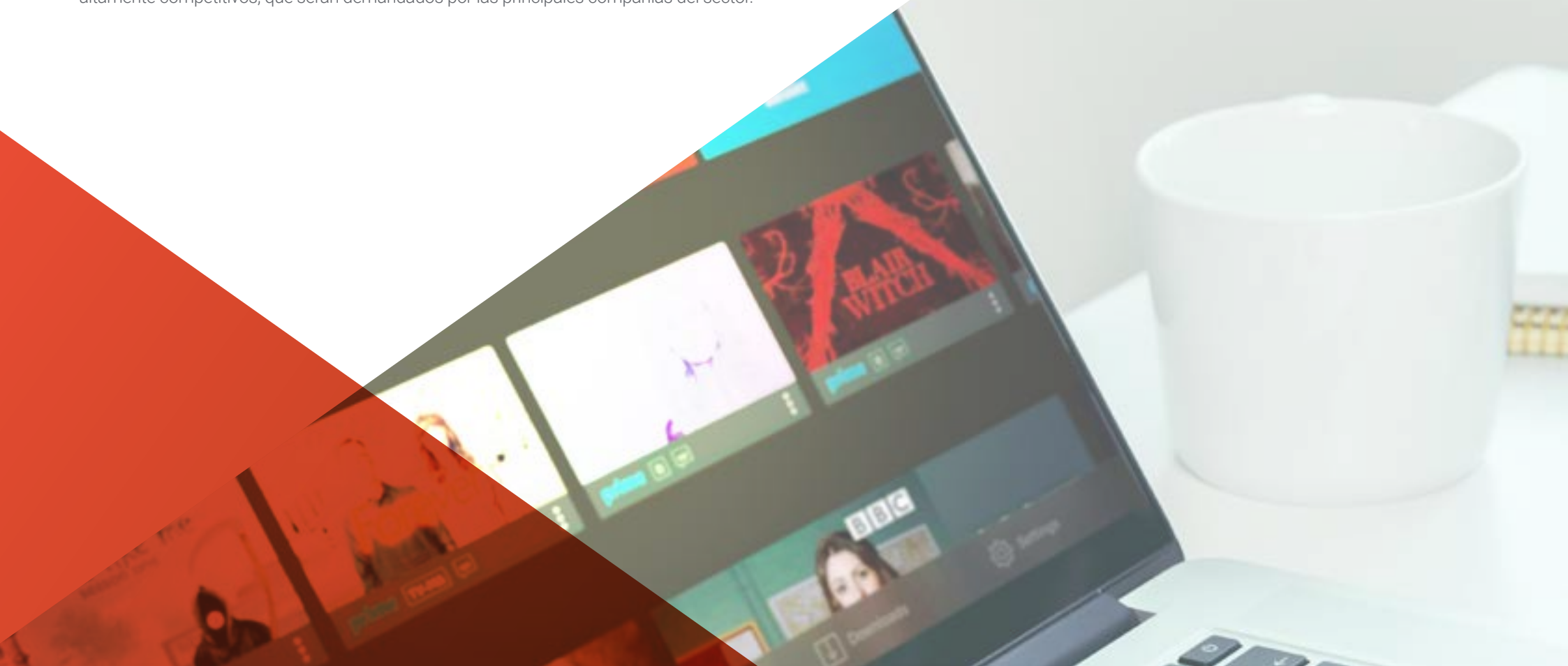
---

*pág. 32*

# 01

# Presentación

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





“

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

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

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

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

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

Además, tendrá acceso a las 10 *Masterclasses* diseñadas e impartidas por una eminencia en las Artes Escénicas y los Medios de Comunicación.

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

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



*Actualiza tus competencias en storytelling gracias a las Masterclasses de un prestigioso Invitado Internacional incluidas en este Experto Universitario*

“

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

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

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

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

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

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



# 02 Objetivos

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



“

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

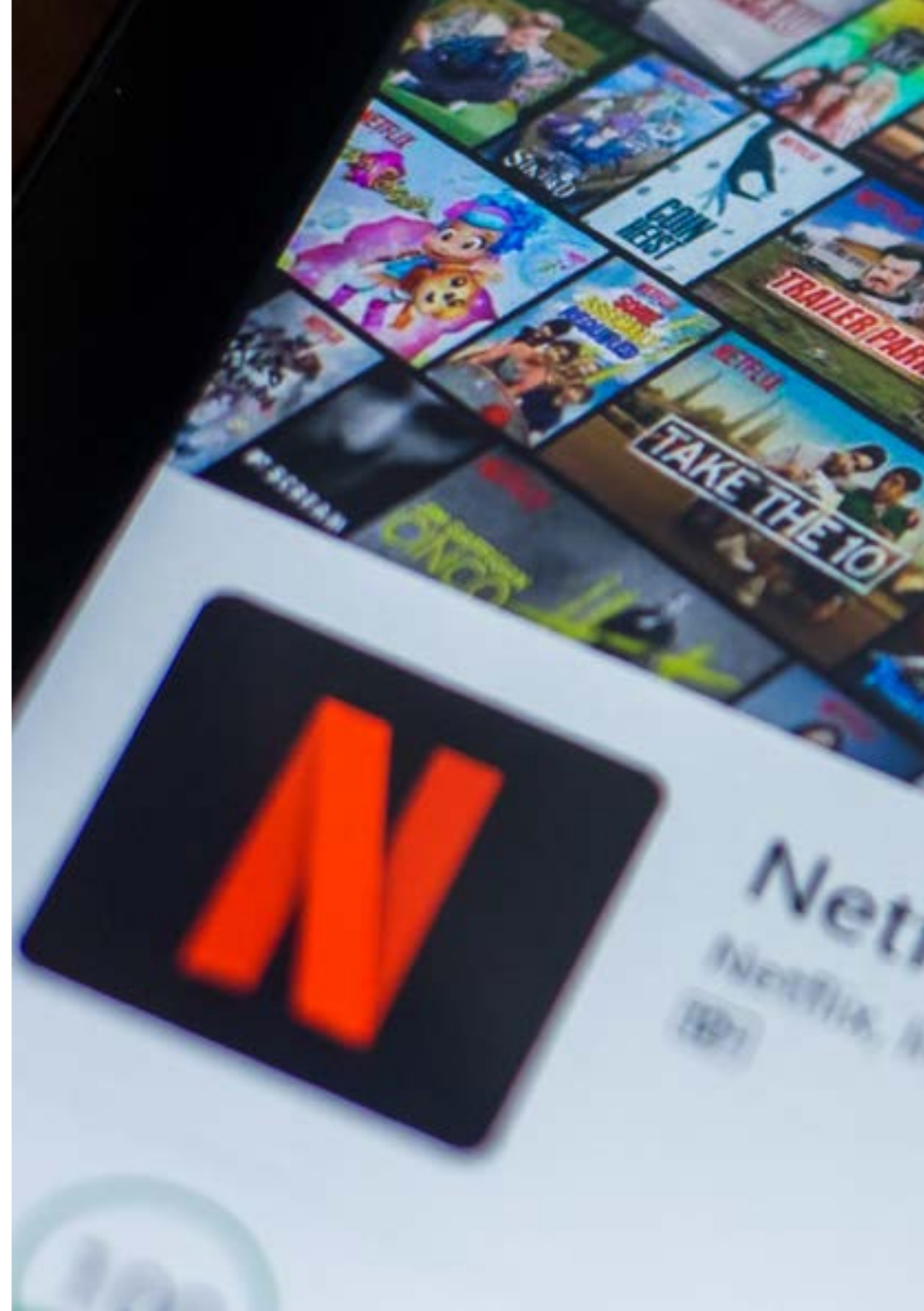


## Objetivos generales

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



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





## Objetivos específicos

---

### Módulo 1. Conceptos *Transmedia Storytelling* y *Crossmedia*

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

### Módulo 2. Narrativas transmediáticas

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

### Módulo 3. Producción de contenidos transmedia

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

03

# Dirección del curso

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



“

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

## Directora Invitada Internacional

El nombre de Magda Romanska es inconfundible en el ámbito de las Artes Escénicas y los Medios de Comunicación a escala internacional. Junto con otros proyectos, esta experta se ha desempeñado como **Investigadora Principal** del metaLAB de la Universidad de Harvard y preside en el **Seminario Artes Transmedia** en el reconocido **Mahindra Humanities Center**. También, ha desarrollado numerosos estudios vinculándose a instituciones como el **Centro de Estudios Europeos** y el **Centro Davis de Estudios Rusos y Euroasiáticos**.

Sus líneas de trabajo se centran en la **intersección del arte, las humanidades, la tecnología y la narración transmedia**. En ese abarcador marco, también se incluyen la **dramaturgia multiplataforma y metaversa**, y la **interacción entre humanos e Inteligencia Artificial en la interpretación**. A partir de sus profundos estudios sobre estos campos, ha creado Drametrics, un **análisis cuantitativo y computacional** de textos dramáticos.

También, es **fundadora, directora ejecutiva y redactora jefe** de TheTheatreTimes.com, el mayor portal digital de teatro del mundo. Igualmente, lanzó Performap.org, un **mapa digital interactivo de festivales de teatro**, financiado a través del **Laboratorio de Humanidades Digitales de Yale** y una subvención LMDA a la innovación. Por otro lado, también ha estado a cargo del desarrollo del **International Online Theatre Festival (IOTF)**, un **festival mundial de teatro anual en streaming**, que hasta ahora ha llegado a más de un millón de participantes. Además, esta iniciativa ha sido galardonada con el **Segundo Premio Internacional Culture Online** al “Mejor proyecto en línea”, elegido entre otras 452 propuestas de 20 países.

Por otra parte, la Doctora Romanska ha sido reconocida con las **becas MacDowell, Apollinaire y Lark Theatre Playwriting** de la **Fundación Time Warner**. También, mereció el **premio PAHA Creative** y el **Elliott Hayes a la excelencia en Dramaturgia**. A la par, ha recibido lauros de la **Asociación Americana de Investigación Teatral** y la **Asociación de Estudios Polacos**.



## Dra. Romanska, Magda

---

- Investigadora Principal del metaLAB de Harvard, Boston, Estados Unidos
- Director Ejecutivo y Redactor Jefe en TheTheatreTimes.com
- Investigadora Asociada del Centro de Estudios Europeos Minda de Gunzburg
- Investigadora Asociada del Centro Davis de Estudios Rusos y Euroasiáticos
- Catedrática de Artes Escénicas en Emerson College
- Catedrática Asociada del Centro Berkman para Internet y la Sociedad
- Doctorado en Theatre, Film and Dance por la Universidad de Cornell
- Máster en Pensamiento Moderno y Literatura por la Universidad de Stanford
- Graduada de la Escuela de Arte Dramático de Yale y el Departamento de Literatura Comparada
- Presidenta del Seminario de Artes Transmedia del Mahindra Humanities Center
- Miembro de: Consejo Asesor en Digital Theatre+

“

*Gracias a TECH podrás  
aprender con los mejores  
profesionales del mundo”*

## Dirección



### Dr. Regueira, Javier

- ♦ Experto en Branded Content
- ♦ Senior Brand Manager y Responsable online de Nivea
- ♦ Group Brand Manager de Imperial Tobacco
- ♦ Cofundador de la Asociación Española de Branded Content
- ♦ Cofundador de Pop Up Brand Content
- ♦ Autor de varios libros sobre Marketing y Gestión Empresarial
- ♦ Director de Servicios al Cliente en Grey Publicidad
- ♦ Speaker en TED Talks
- ♦ Doctor en Branded Content por la Universidad Rey Juan Carlos
- ♦ Graduado en CCEE Europeas ICADE E4

## Profesores

### Dña. Rosendo Sánchez, Nieves

- ♦ Investigadora en Narrativas Transmedia
- ♦ Escritora de novelas infantiles
- ♦ Coordinadora de la expansión transmedia de la obra teatral *El Proceso*
- ♦ Docente en estudios universitarios vinculados a la Comunicación
- ♦ Máster en Estudios Literarios y Teatrales por la Universidad de Granada
- ♦ Máster en Literatura en la Era Digital por el IL3 de la Universidad de Barcelona

### Dr. Roig Telo, Antoni

- ♦ Investigador Especializado en Nuevas Narrativas Digitales
- ♦ Investigador en Mediaccions
- ♦ Docente de Comunicación Audiovisual para estudios universitarios
- ♦ Doctor en Ciencias Sociales, Sociedad de la Información y el Conocimiento por la Universitat Oberta de Catalunya
- ♦ Licenciado en Comunicación Audiovisual por la Universidad Ramón Llull
- ♦ Ingeniero Técnico en Telecomunicaciones



04

# Estructura y contenido

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





“

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

## Módulo 1. Conceptos *Transmedia Storytelling* y *Crossmedia*

- 1.1. Cronología noción de transmedia
  - 1.1.1. Transmedia en el contexto de la producción cultural contemporánea
  - 1.1.2. ¿Cómo entendemos transmedia?
  - 1.1.3. Elementos clave que integran una noción general de transmedia
- 1.2. Transmedia y afines. Multiplataforma, *Crossmedia*, narrativas digitales, multimodalidad, *Transmedia Literacies*, *Worldbuilding*, franquicias, *Data Storytelling*, plataformaización
  - 1.2.1. Economía de la atención
  - 1.2.2. Transmedia y afines
  - 1.2.3. Multimodalidad, *Crossmedia* y transmedia
- 1.3. Ámbitos de aplicación y potencialidades del transmedia
  - 1.3.1. Transmedia en las industrias culturales
  - 1.3.2. Transmedia y organizaciones
  - 1.3.3. Transmedia en Ciencia y Educación
- 1.4. Prácticas de consumo y cultura transmediática
  - 1.4.1. Consumo cultural y vida cotidiana
  - 1.4.2. Plataformas
  - 1.4.3. Contenido generado por usuari@s
- 1.5. Tecnología(s)
  - 1.5.1. Transmedia, nuevos medios y tecnología: los primeros tiempos
  - 1.5.2. Datos
  - 1.5.3. El factor tecnológico en los proyectos transmedia
- 1.6. Transmedia, entre lo digital y las experiencias en vivo
  - 1.6.1. El valor de las experiencias en vivo
  - 1.6.2. ¿Qué entendemos por experiencia?
  - 1.6.3. Ejemplos de experiencias en el mundo real
- 1.7. Transmedia y juego: diseño de experiencias lúdicas
  - 1.7.1. El todo y las partes: cuestiones a tener en cuenta a la hora de definir los elementos individuales de una experiencia transmedia
  - 1.7.2. El factor lúdico
  - 1.7.3. Algunos ejemplos

- 1.8. Aspectos críticos sobre el transmedia
  - 1.8.1. ¿Qué puede llegar a ser transmedia?
  - 1.8.2. Discusión
  - 1.8.3. Una mirada crítica: ¿Qué retos y problemas debemos afrontar?
- 1.9. Transmedia interdisciplinar: roles, perfiles, equipos
  - 1.9.1. Trabajo en equipo
  - 1.9.2. Competencias transmedia
  - 1.9.3. Roles
- 1.10. Casos ejemplo

## Módulo 2. Narrativas transmediáticas

- 2.1. Las narrativas transmedia según Henry Jenkins
  - 2.1.1. Henry Jenkins, transmedia y cultura de convergencia
  - 2.1.2. Vínculos entre cultura participativa, transmedia y estudios de fans
  - 2.1.3. Los 'siete principios' de las narrativas transmedia
- 2.2. Revisiones y visiones alternativas sobre narrativas transmedia
  - 2.2.1. Perspectivas teóricas
  - 2.2.2. Perspectivas de la práctica profesional
  - 2.2.3. Visiones específicas
- 2.3. Historias, narrativa, storytelling
  - 2.3.1. Historias, narrativa y storytelling
  - 2.3.2. Narrativa como estructura y como práctica
  - 2.3.3. Intertextualidad
- 2.4. Narrativa clásica, narrativa no lineal y transmedia
  - 2.4.1. La experiencia narrativa
  - 2.4.2. Estructura narrativa en tres actos
  - 2.4.3. Las ideas y venidas del 'Viaje del héroe'
- 2.5. Narrativa interactiva: estructuras narrativas lineales y no lineales
  - 2.5.1. Interactividad
  - 2.5.2. Agencia
  - 2.5.3. Diferentes estructuras narrativas no lineales

- 2.6. *Storytelling* digital
  - 2.6.1. Las narrativas digitales
  - 2.6.2. El origen del digital *Storytelling*: historias de vida
  - 2.6.3. *Storytelling* digital y transmedia
- 2.7. Anclas narrativas transmedia: mundos, personajes, tiempo y líneas temporales, mapas, espacio
  - 2.7.1. El momento del salto
  - 2.7.2. Mundos imaginarios
  - 2.7.3. Participación del público
- 2.8. Fenómeno fan, canon y transmedia
  - 2.8.1. La figura del fan
  - 2.8.2. *Fandom* y productividad
  - 2.8.3. Conceptos clave en la relación entre transmedia y cultura de fans
- 2.9. Implicación de los públicos (estrategias de *Engagement*, *Crowdsourcing*, *Crowdfunding*, etc.)
  - 2.9.1. Niveles de implicación: seguidores, entusiastas, fans
  - 2.9.2. El público, el colectivo, la multitud
  - 2.9.3. *Crowdsourcing* y *Crowdfunding*

### Módulo 3. Producción de contenidos transmedia

- 3.1. La fase de ideación del proyecto
  - 3.1.1. Relato
  - 3.1.2. Plataformas
  - 3.1.3. Público
- 3.2. Documentación, investigación, búsqueda de referentes
  - 3.2.1. Documentación
  - 3.2.2. Referentes de éxito
  - 3.2.3. Aprendiendo de otros
- 3.3. Estrategias creativas: a la búsqueda de la premisa
  - 3.3.1. La premisa
  - 3.3.2. Necesidad de la premisa
  - 3.3.3. Proyectos coherentes

- 3.4. Plataformas, relato y participación. Un proceso iterativo
  - 3.4.1. Proceso creativo
  - 3.4.2. Conexión entre las distintas piezas
  - 3.4.3. Las narrativas transmedia como proceso
- 3.5. La propuesta narrativa: relato, arcos, mundos, personajes
  - 3.5.1. El relato y los arcos narrativos
  - 3.5.2. Mundos y universos
  - 3.5.3. Personajes como centro del relato
- 3.6. El soporte óptimo de nuestra narrativa. Formatos y plataformas
  - 3.6.1. El medio y el mensaje
  - 3.6.2. Selección de plataformas
  - 3.6.3. Selección de formatos
- 3.7. Diseño de la experiencia y la participación. Conoce a tu audiencia
  - 3.7.1. Descubre a tu público
  - 3.7.2. Niveles de participación
  - 3.7.3. Experiencia y memorabilidad
- 3.8. La biblia de producción transmedia: enfoque, plataformas, viaje del usuario
  - 3.8.1. La biblia de producción transmedia
  - 3.8.2. Enfoque y plataformas
  - 3.8.3. Viaje del usuario
- 3.9. La biblia de producción transmedia: estética del proyecto y necesidades materiales y técnicas
  - 3.9.1. Importancia de la estética
  - 3.9.2. Posibilidades y producción
  - 3.9.3. Necesidades materiales y técnicas
- 3.10. La biblia de producción transmedia: estudios de casos de modelos de negocio
  - 3.10.1. Diseño del modelo
  - 3.10.2. Adaptación del modelo
  - 3.10.3. Casos

05

# Metodología de estudio

TECH es la primera universidad en el mundo que combina la metodología de los **case studies** con el **Relearning**, un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración dirigida.

Esta disruptiva estrategia pedagógica ha sido concebida para ofrecer a los profesionales la oportunidad de actualizar conocimientos y desarrollar competencias de un modo intensivo y riguroso. Un modelo de aprendizaje que coloca al estudiante en el centro del proceso académico y le otorga todo el protagonismo, adaptándose a sus necesidades y dejando de lado las metodologías más convencionales.



“

*TECH te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera”*

## El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

En la metodología de estudios de TECH el alumno es el protagonista absoluto. Las herramientas pedagógicas de cada programa han sido seleccionadas teniendo en cuenta las demandas de tiempo, disponibilidad y rigor académico que, a día de hoy, no solo exigen los estudiantes sino los puestos más competitivos del mercado.

Con el modelo educativo asincrónico de TECH, es el alumno quien elige el tiempo que destina al estudio, cómo decide establecer sus rutinas y todo ello desde la comodidad del dispositivo electrónico de su preferencia. El alumno no tendrá que asistir a clases en vivo, a las que muchas veces no podrá acudir. Las actividades de aprendizaje las realizará cuando le venga bien. Siempre podrá decidir cuándo y desde dónde estudiar.

“

*En TECH NO tendrás clases en directo  
(a las que luego nunca puedes asistir)”*



### Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

TECH se caracteriza por ofrecer los itinerarios académicos más completos del entorno universitario. Esta exhaustividad se logra a través de la creación de temarios que no solo abarcan los conocimientos esenciales, sino también las innovaciones más recientes en cada área.

Al estar en constante actualización, estos programas permiten que los estudiantes se mantengan al día con los cambios del mercado y adquieran las habilidades más valoradas por los empleadores. De esta manera, quienes finalizan sus estudios en TECH reciben una preparación integral que les proporciona una ventaja competitiva notable para avanzar en sus carreras.

Y además, podrán hacerlo desde cualquier dispositivo, pc, tableta o smartphone.

“

*El modelo de TECH es asincrónico, de modo que te permite estudiar con tu pc, tableta o tu smartphone donde quieras, cuando quieras y durante el tiempo que quieras”*

### Case studies o Método del caso

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

Con este modelo de enseñanza es el propio alumno quien va construyendo su competencia profesional a través de estrategias como el *Learning by doing* o el *Design Thinking*, utilizadas por otras instituciones de renombre como Yale o Stanford.

Este método, orientado a la acción, será aplicado a lo largo de todo el itinerario académico que el alumno emprenda junto a TECH. De ese modo se enfrentará a múltiples situaciones reales y deberá integrar conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones. Todo ello con la premisa de responder al cuestionamiento de cómo actuaría al posicionarse frente a eventos específicos de complejidad en su labor cotidiana.



## Método Relearning

En TECH los *case studies* son potenciados con el mejor método de enseñanza 100% online: el *Relearning*.

Este método rompe con las técnicas tradicionales de enseñanza para poner al alumno en el centro de la ecuación, proveyéndole del mejor contenido en diferentes formatos. De esta forma, consigue repasar y reiterar los conceptos clave de cada materia y aprender a aplicarlos en un entorno real.

En esta misma línea, y de acuerdo a múltiples investigaciones científicas, la reiteración es la mejor manera de aprender. Por eso, TECH ofrece entre 8 y 16 repeticiones de cada concepto clave dentro de una misma lección, presentada de una manera diferente, con el objetivo de asegurar que el conocimiento sea completamente afianzado durante el proceso de estudio.

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



## Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

Para aplicar su metodología de forma eficaz, TECH se centra en proveer a los egresados de materiales didácticos en diferentes formatos: textos, vídeos interactivos, ilustraciones y mapas de conocimiento, entre otros. Todos ellos, diseñados por profesores cualificados que centran el trabajo en combinar casos reales con la resolución de situaciones complejas mediante simulación, el estudio de contextos aplicados a cada carrera profesional y el aprendizaje basado en la reiteración, a través de audios, presentaciones, animaciones, imágenes, etc.

Y es que las últimas evidencias científicas en el ámbito de las Neurociencias apuntan a la importancia de tener en cuenta el lugar y el contexto donde se accede a los contenidos antes de iniciar un nuevo aprendizaje. Poder ajustar esas variables de una manera personalizada favorece que las personas puedan recordar y almacenar en el hipocampo los conocimientos para retenerlos a largo plazo. Se trata de un modelo denominado *Neurocognitive context-dependent e-learning* que es aplicado de manera consciente en esta titulación universitaria.

Por otro lado, también en aras de favorecer al máximo el contacto mentor-alumno, se proporciona un amplio abanico de posibilidades de comunicación, tanto en tiempo real como en diferido (mensajería interna, foros de discusión, servicio de atención telefónica, email de contacto con secretaría técnica, chat y videoconferencia).

Asimismo, este completísimo Campus Virtual permitirá que el alumnado de TECH organice sus horarios de estudio de acuerdo con su disponibilidad personal o sus obligaciones laborales. De esa manera tendrá un control global de los contenidos académicos y sus herramientas didácticas, puestas en función de su acelerada actualización profesional.



*La modalidad de estudios online de este programa te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios"*

### La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

1. Los alumnos que siguen este método no solo consiguen la asimilación de conceptos, sino un desarrollo de su capacidad mental, mediante ejercicios de evaluación de situaciones reales y aplicación de conocimientos.
2. El aprendizaje se concreta de una manera sólida en capacidades prácticas que permiten al alumno una mejor integración en el mundo real.
3. Se consigue una asimilación más sencilla y eficiente de las ideas y conceptos, gracias al planteamiento de situaciones que han surgido de la realidad.
4. La sensación de eficiencia del esfuerzo invertido se convierte en un estímulo muy importante para el alumnado, que se traduce en un interés mayor en los aprendizajes y un incremento del tiempo dedicado a trabajar en el curso.

### La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

Los resultados de este innovador modelo académico son constatables en los niveles de satisfacción global de los egresados de TECH.

La valoración de los estudiantes sobre la calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso y sus objetivos es excelente. No en valde, la institución se convirtió en la universidad mejor valorada por sus alumnos en la plataforma de reseñas Trustpilot, obteniendo un 4,9 de 5.

*Accede a los contenidos de estudio desde cualquier dispositivo con conexión a Internet (ordenador, tablet, smartphone) gracias a que TECH está al día de la vanguardia tecnológica y pedagógica.*

*Podrás aprender con las ventajas del acceso a entornos simulados de aprendizaje y el planteamiento de aprendizaje por observación, esto es, Learning from an expert.*

Así, en este programa estarán disponibles los mejores materiales educativos, preparados a conciencia:



#### Material de estudio

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

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.



#### Prácticas de habilidades y competencias

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



#### Resúmenes interactivos

Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

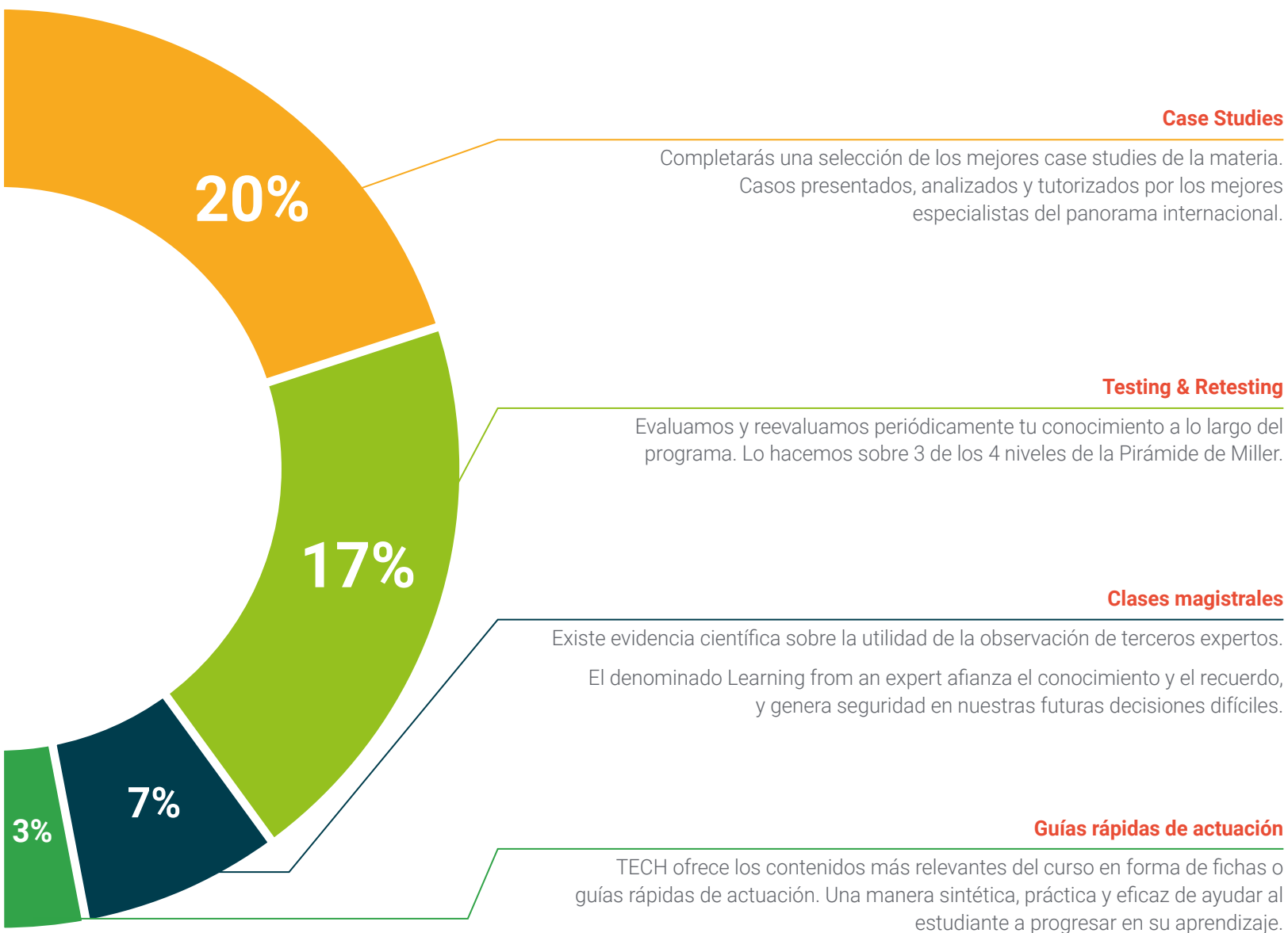
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



#### Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales... En nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.





06

# Titulación

El Experto Universitario en Transmedia Storytelling garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a dos diplomas de Experto Universitario, uno expedido por TECH Global University y otro expedido por Universidad FUNDEPOS.



“

*Supera con éxito este programa y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites”*

El programa del **Experto Universitario en Transmedia Storytelling** es el más completo del panorama académico actual. A su egreso, el estudiante recibirá un diploma universitario emitido por TECH Global University, y otro por Universidad FUNDEPOS.

Estos títulos de formación permanente y actualización profesional de TECH Global University y Universidad FUNDEPOS garantizan la adquisición de competencias en el área de conocimiento, otorgando un alto valor curricular al estudiante que supere las evaluaciones y acredite el programa tras cursarlo en su totalidad.

Este doble reconocimiento, de dos destacadas instituciones universitarias, suponen una doble recompensa a una formación integral y de calidad, asegurando que el estudiante obtenga una certificación reconocida tanto a nivel nacional como internacional. Este mérito académico le posicionará como un profesional altamente capacitado y preparado para enfrentar los retos y demandas en su área profesional.

Título: **Experto Universitario en Transmedia Storytelling**

Modalidad: **online**

Duración: **6 meses**

Acreditación: **18 ECTS**



futuro  
salud confianza personas  
educación información tutores  
garantía acreditación enseñanza  
instituciones tecnología aprendizaje  
comunidad compromiso  
atención personalizada innovación  
conocimiento presente calidad  
desarrollo web form  
aula virtual instituc  
idiomas

**tech** universidad  
FUNDEPOS

**Experto Universitario**  
**Transmedia Storytelling**

- » Modalidad: online
- » Duración: 6 meses
- » Titulación: TECH Universidad FUNDEPOS
- » Acreditación: 18 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

# Experto Universitario

## Transmedia Storytelling

