

Бизнес-магистратура

Трансмедийная коммуникация





Бизнес-магистратура Трансмедийная коммуникация

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 12 месяцев
- » Учебное заведение: TECH Технологический университет
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

Веб-доступ: www.techtitute.com/ru/school-of-business/professional-master-degree/master-transmedia-communication

Оглавление

01

Добро пожаловать

стр. 4

02

Почему стоит
учиться в TESH?

стр. 6

03

Почему именно
наша программа?

стр. 10

04

Цели

стр. 14

05

Компетенции

стр. 20

06

Структура и содержание

стр. 24

07

Методология

стр. 38

08

Профиль наших учащихся

стр. 46

09

Руководство курса

стр. 50

10

Влияние на карьеру

стр. 58

11

Преимущества для
вашей компании

стр. 62

12

Квалификация

стр. 66

01

Добро пожаловать

Сегодняшнее общество гиперсвязано. Сейчас цель состоит в том, чтобы объединить традиционные средства массовой информации с возможностями, которые предоставляет Интернет для развлечения и общения. Таким образом, одним щелчком мыши пользователи могут найти весь нужный им контент на разных платформах. В результате все больше компаний решаются на инновации в этом секторе, предоставляя зрителям трансмедийный контент, который способствует не только узнаваемости их бренда, но и потребительскому опыту. Для того чтобы иметь высококвалифицированных специалистов в этой области, была разработана программа, в которой студенты найдут всю эту информацию, включая 10 мастер-классов приглашенного международного лектора с эксклюзивным содержанием по коммуникации, которое станет основой для создания собственных коммуникационных агентств или управления престижными организациями на национальном или международном уровне, в которых создание трансмедийного контента является руководством к действию.



Бизнес-магистратура в области трансмедийной коммуникации
TECH Технологическом университете

“

Будущее коммуникации — за трансмедиаальностью, и вы станете частью этих перемен благодаря превосходной подготовке, которую вы получите благодаря этой программе и 10 мастер-классам, проводимым известным экспертом”

02

Почему стоит учиться в ТЕСН?

ТЕСН — это крупнейшая бизнес-школа 100% онлайн-формата в мире. Мы являемся элитной бизнес-школой с образовательной моделью с самыми высокими академическими стандартами. Международный высокопроизводительный центр интенсивного обучения управленческим навыкам.



“

ТЕСН – это передовой технологический университет, который предоставляет все свои ресурсы в распоряжение студентов, чтобы помочь им достичь успеха в бизнесе”

В TECH Технологическом университете



Иновации

Мы предлагаем вам модель онлайн-обучения, сочетающую в себе новейшие образовательные технологии и максимальную педагогическую строгость. Уникальный метод с высочайшим международным признанием, который даст вам возможность развиваться в мире постоянных перемен, где инновации играют ключевую роль в деятельности каждого предпринимателя.

"История успеха Microsoft Europe" за включение в программы инновационной интерактивной мультимедиа-системы.



Высокие требования

Чтобы поступить в TECH, не потребуются большие затраты. Чтобы учиться у нас, вам не нужно делать большие инвестиции. Однако для того, чтобы получить диплом в TECH, необходимо проверить уровень знаний и возможностей студента. Наши академические стандарты очень высоки...

95%

студентов TECH успешно завершают обучение



Нетворкинг

Профессионалы со всего мира принимают участие в TECH, чтобы вы смогли создать большую сеть контактов, полезных для вашего будущего.

100 000+

менеджеров, прошедших ежегодную подготовку

200+

разных национальностей



Расширение прав и возможностей

Развивайтесь наряду с лучшими компаниями и профессионалами, обладающими большим авторитетом и влиянием. Мы создали стратегические альянсы и ценную сеть контактов с основными экономическими субъектами на 7 континентах.

+500+

соглашений о сотрудничестве с лучшими компаниями



Талант

Наша программа - это уникальное предложение для раскрытия вашего таланта в мире бизнеса. Возможность, с помощью которой вы сможете заявить о своих интересах и видении своего бизнеса.

TECH помогает студентам показать миру свой талант при прохождении этой программы.



Мультикультурный контекст

Обучаясь в TECH, студенты могут получить уникальный опыт. Вы будете учиться в многокультурном контексте. В данной программе мы применяем глобальный подход, благодаря которому вы сможете узнать о том, как работают в разных частях света, собрать самую свежую информацию, которая наилучшим образом соответствует вашей бизнес-идее.

Наши студенты представляют более 200 национальностей.



TECH стремится к совершенству и для этого обладает рядом характеристик, которые делают его уникальным университетом:



Анализ

TECH исследует критическую сторону студента, его способность задавать вопросы, навыки решения проблем и навыки межличностного общения.



Академическое превосходство

TECH предлагает студентам лучшую методику онлайн-обучения. Университет сочетает метод *Relearning* (наиболее признанная во всем мире методология последипломного обучения) с «методом кейсов» Гарвардской школы бизнеса. Традиции и современность в сложном балансе и в контексте самого требовательного академического маршрута.



Экономия за счет масштаба

TECH — крупнейший в мире онлайн-университет. В его портфолио насчитывается более 10 000 университетских последипломных программ. А в новой экономике **объем + технология = разорительная цена**. Таким образом, мы заботимся о том, чтобы учеба для вас была не такой дорогой, как в другом университете.



Учитесь у лучших

Наши преподаватели объясняют в аудиториях, что привело их к успеху в их компаниях, работая в реальном, живом и динамичном контексте. Преподаватели, которые полностью посвящают себя тому, чтобы предложить вам качественную специализацию, которая позволит вам продвинуться по карьерной лестнице и выделиться в мире бизнеса.

Преподаватели представляют 20 различных национальностей.



В TECH у вас будет доступ к самому строгому и современному методу кейсов в академической среде"

03

Почему именно наша програм?

Прохождение программы TECH увеличит ваши шансы достичь профессиональный успех в области высшего менеджмента.

Это задача, которая требует усилий и самоотдачи, но которая открывает дверь в многообещающее будущее. Вы будете учиться у лучших преподавателей и по самой гибкой и инновационной образовательной методологии.



“

У нас самый престижный преподавательский состав и самый полный учебный план на рынке, что позволяет нам предложить вам обучение на самом высоком академическом уровне”

Эта программа обеспечит вам множество преимуществ в трудоустройстве и вопросах личного развития, включая следующие:

01

Дать решающий толчок карьере студента

Мы даем вам возможность взять под контроль свое будущее и полностью раскрыть свой потенциал. Пройдя нашу программу, вы приобретете необходимые навыки, чтобы за короткий срок добиться положительных изменений в своей карьере.

70% студентов этой специализации добиваются успешных изменений в своей карьере менее чем за 2 года.

02

Разрабатывать стратегическое и глобальное видение компании

Мы предлагаем вам глубокое понимание общего менеджмента, чтобы вы узнали, как каждое решение влияет на различные функциональные области компании.

Наше глобальное видение компании улучшит ваше стратегическое мышление.

03

Закрепиться в высшем руководстве предприятия

Обучение в TECH открывает двери в профессиональную среду, в которой студенты смогут позиционировать себя в качестве руководителей высокого уровня, обладающих широким видением международной среды.

Вы будете работать над более чем 100 реальными кейсами из области высшего менеджмента.

04

Брать на себя новые обязанности

Мы покажем вам последние тенденции, разработки и стратегии для осуществления вашей профессиональной деятельности в меняющихся условиях.

45% наших студентов получают повышение внутри компании.

05

Получить доступ к мощной сети контактов

TECH формирует своих студентов, чтобы максимально расширить их возможности. Студенты с теми же интересами и желанием развиваться. Таким образом, можно будет обмениваться контактами партнеров, клиентов или поставщиков.

Вы найдете сеть контактов, необходимых для вашего профессионального развития.

06

Разрабатывать свой бизнес-проект в строгой последовательности

Вы получите глубокое стратегическое видение, которое поможет вам разработать собственный проект, принимая во внимание различные направления деятельности компании.

20% наших студентов разрабатывают собственную бизнес-идею.

07

Совершенствовать свои софт-скиллы и управленческие умения

Мы помогаем вам применять и развивать полученные знания и совершенствовать навыки межличностного общения, чтобы стать лидером, который меняет мир к лучшему.

Улучшите свои коммуникативные и лидерские навыки и продвигайтесь по карьерной лестнице.

08

Стать частью эксклюзивного сообщества

Мы предлагаем вам возможность стать частью сообщества элитных менеджеров, крупных компаний, известных институтов и квалифицированных преподавателей из самых престижных университетов мира: сообщества TECH Технологическом университете

Мы даем вам возможность специализироваться с командой признанных преподавателей на международной сцене.

04

Цели

Цели данной Специализированной магистратуры связаны с повышением квалификации студентов, чтобы они могли применять на практике все, что узнали о трансмедийной коммуникации. Таким образом, по окончании программы они будут подготовлены к работе в высококонкурентном секторе, смогут открыть свой собственный бизнес или получить доступ к руководящим должностям, на которых они смогут продемонстрировать свой высокий уровень подготовки в данной области.



“

*Вы амбициозны и хотите
заявить о себе в мире
коммуникаций? Запишитесь в
ТЕСН и сделайте первый шаг”*

TECH делает цели своих студентов своими собственными
Мы работаем вместе для достижения этих целей

Данная Специализированная магистратура в области трансмедийной коммуникации научит вас:

01

Иметь концептуальное представление и знать об управлении областью трансмедийного сторителлинга, понимать его актуальность в различных профессиональных областях (реклама, маркетинг, журналистика, развлечения)

04

Углубить знания о трансмедийном сторителлинге как дисциплине, подчеркнув его важность в различных профессиональных секторах

02

Овладеть основами создания трансмедиа, от повествования до производства, динамизации в социальных сообществах и экономической монетизации



03

Изучить последние достижения в области трансмедийного сторителлинга в таких технологических областях, как виртуальная реальность или видеоигры

05

Освоить, как строится трансмедийное повествование и чем оно отличается от традиционного повествования

06

На практических примерах
понять, как вовлечь аудиторию
в трансмедийную разработку

08

Углубиться в понимание взаимосвязи между
трансмедийным сторителлингом и индустрией видеоигр

09

Сформировать понимание роли видеоигры как вершины
пользовательского опыта в трансмедийной вселенной

07

Углубить на уровне практической методологии
знания о создании трансмедийного
контента, начиная с этапа исследования и
документирования, заканчивая платформами и
партисипативными техниками

10

Сформировать глубокое понимание важности расширенной
реальности в области *трансмедийного сторителлинга*

11

Понимать разнообразие существующего контента и творческий процесс создания контента

12

Изучить масштабы, характеристики и подготовку кадров для новой и зарождающейся трансмедийной журналистики

13

Углубить знания о методологии создания и динамизации трансмедийного цифрового сообщества, включая стимулирование пользовательского контента





14

Углубить знания о брендированном контенте в коммуникационном миксе в условиях перенасыщения рекламой

15

Осуществить углубленный анализ различий между рекламой и *брендированным контентом*, а также сферами его применения (создание, форматы, измерение)

16

Знать, как работают различные форматы, в которых происходит коммуникация (кино, видеоигры, телевидение и т.д.)

05

Компетенции

После сдачи экзаменов по программе Специализированной магистратуры в области трансмедийной коммуникации студенты получают более высокий уровень подготовки, который позволит им стать руководителем или частью агентства этого типа, участвуя как в творческих процессах, так и в сфере управления. Таким образом, у вас будет возможность начать свой собственный бизнес, но, что более важно, эта программа добавит в ваше резюме настолько высокий уровень качества, что вы будете востребованы ведущими компаниями в этом секторе.



“

*Пусть ваше коммуникационное
агентство добьется заслуженного
успеха благодаря использованию
новых трансмедийных технологий”*

01

Развить необходимые навыки для разработки *брендированного контента*, трансмедийного сторителлинга и трансмедийного производства

02

Познакомиться с последними тенденциями в области мультимедийной коммуникации и цифрового маркетинга

03

Применять самые современные инструменты для разработки трансмедийной коммуникации

04

Развивать креативные навыки для создания убедительных сообщений

05

Предлагать более персонализированные продукты, адаптированные к потребностям клиента



06

Применять секреты трансмедийного повествования

08

Создавать убедительные коммуникационные продукты, которые привлекут клиента к определенной цели



09

Использовать новые технологии и социальные сети как фундаментальную часть профессии

07

Сформировать понимание важности сторителлинга в трансмедийной коммуникации

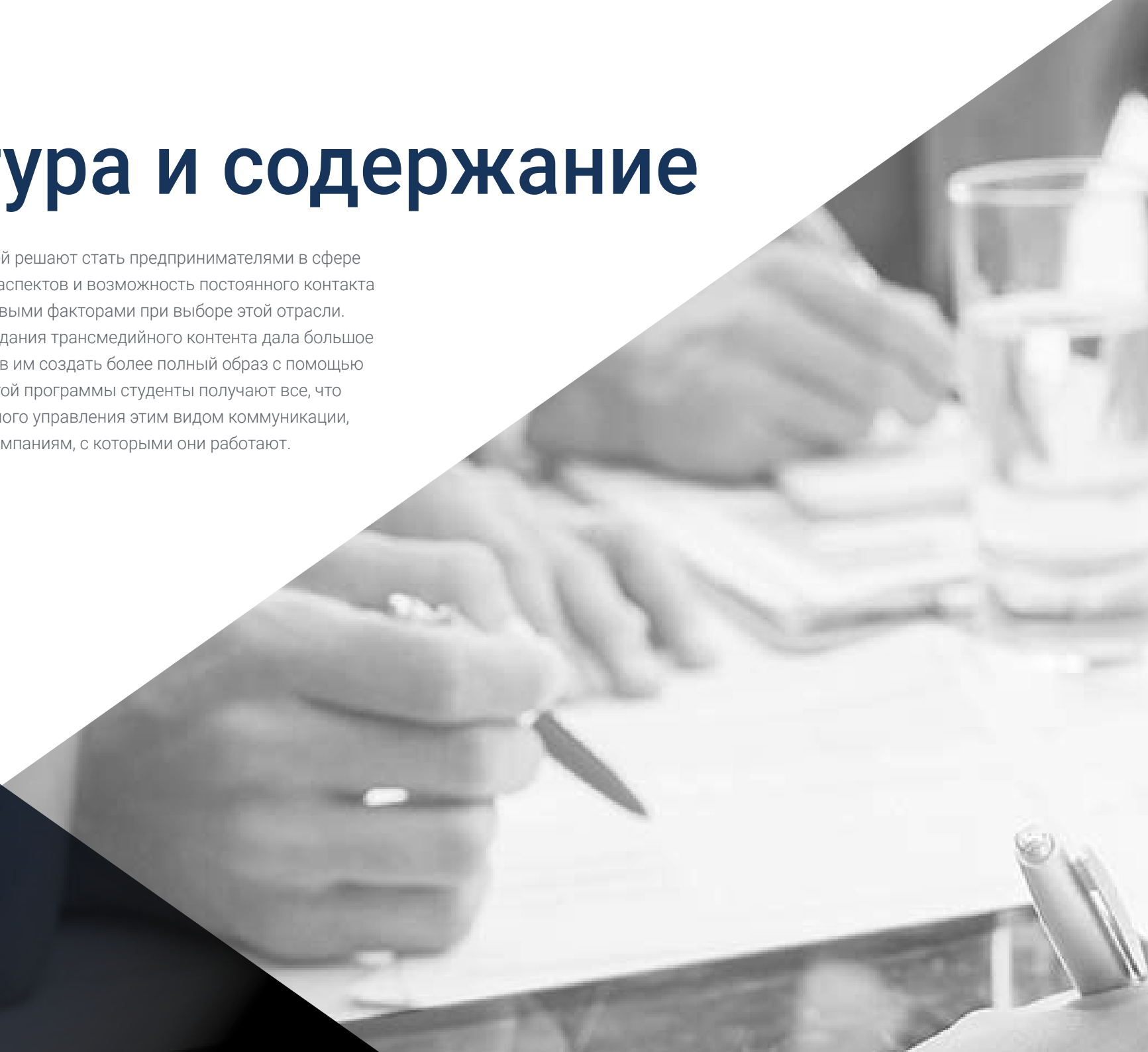
10

Уметь профессионально развиваться как трансмедийный *продюсер*, креативный *сторителер*, *медиапланер*, *комьюнити-менеджер*, *кибержурналист*, эксперт в области социального телевидения, эксперт в области новых аудиовизуальных нарративов, дизайнер контента или *менеджер цифровых проектов*

06

Структура и содержание

В мире бизнеса все больше людей решают стать предпринимателями в сфере коммуникаций. Широкий спектр аспектов и возможность постоянного контакта с общественностью стали ключевыми факторами при выборе этой отрасли. Но, кроме того, возможность создания трансмедийного контента дала большое преимущество брендам, позволив им создать более полный образ с помощью различных проектов. В рамках этой программы студенты получают все, что им необходимо знать для успешного управления этим видом коммуникации, принося значительную пользу компаниям, с которыми они работают.



““

Совершенно новая учебная программа, которая станет основой для управления успешными трансмедийными компаниями, признанными общественностью за их репутацию и качество”

Учебный план

Трансмедийная коммуникация пришла, чтобы остаться. Все больше компаний используют ее, чтобы предложить пользователям более полный опыт, частью которого они сами являются благодаря своим идеям и интересам. Поэтому деловой мир решил внести свой вклад в этот сектор, и мы видим все большее использование этих методов в различных отраслях.

Реклама — одна из таких областей, которая не смогла остаться в стороне, а вместе с ней, например, и коммерция. Доказано, что приближение товара к конечному потребителю с помощью убедительной и увлекательной истории — верный способ увеличить продажи. Именно поэтому все больше предпринимателей вкладывают все

больше средств в эту сферу.

Исходя из этого, TECH Global University решил предложить эту Специализированную магистратуру в области трансмедийной коммуникации, в которой, посредством 10 модулей, осуществляется путешествие по наиболее актуальным концепциям и стратегиям в этой области деятельности. Учебная программа, которая учитывает потребности студентов и поэтому предлагается в 100% онлайн-формате, чтобы они могли выбрать время и место, наиболее подходящее для прохождения обучения.

Данная Специализированная магистратура рассчитана на 12 месяцев и состоит из 10 модулей:

- Модуль 1.** Новая парадигма коммуникации
- Модуль 2.** Концепции *Трансмедийный сторителлинг и кросс-медиа*
- Модуль 3.** Трансмедийное повествование
- Модуль 4.** Производство трансмедийного контента
- Модуль 5.** Создание и менеджмент цифровых сообществ
- Модуль 6.** Расширенная трансмедийная реальность: VR и AR
- Модуль 7.** Трансмедийная журналистика
- Модуль 8.** *Трансмедийный сторителлинг в индустрии видеоигр*
- Модуль 9.** *Брендированный контент: марка как publisher*
- Модуль 10.** Практические кейсы трансмедийных вселенных



Где, когда и как учиться?

ТЕСН предлагает возможность получить диплом Специализированной магистратуры в области трансмедийной коммуникации полностью в онлайн-формате. В течение 12 месяцев обучения вы сможете в любое время получить доступ ко всему содержанию данной программы, что позволит вам самостоятельно управлять учебным временем.

Уникальный, ключевой и решающий опыт обучения для повышения вашего профессионального роста"

Модуль 1. Новая парадигма коммуникации

1.1. Трансформация СМИ и фрагментация аудитории

- 1.1.1. Новая роль СМИ
- 1.1.2. Гражданин в условиях цифровой революции
- 1.1.3. Потребление и информационная перегрузка

1.2. Медиаконвергенция

- 1.2.1. Технологическая конвергенция
- 1.2.2. Социокультурная конвергенция
- 1.2.3. Корпоративная конвергенция

1.3. Интернет 2.0: от монолога к диалогу

- 1.3.1. Процесс фрагментации
- 1.3.2. Влияние технологии
- 1.3.3. Сомнения по поводу традиционных СМИ

1.4. Длинный хвост

- 1.4.1. Бизнес-модели «длинный хвост»
- 1.4.2. Элементы модели «длинный хвост»

1.5. Новый просьюмер

- 1.5.1. Третья волна
- 1.5.2. Зрители vs. Электронные инфлюенсеры

1.6. Интернет 2.0

- 1.6.1. Данные о проникновении и использовании
- 1.6.2. От монолога к диалогу
- 1.6.3. Интернет вещей

1.7. Партиципаторная культура

- 1.7.1. Характеристики
- 1.7.2. Интернет и общественное мнение
- 1.7.3. Совместное креативная работа

1.8. Эфемерное внимание

- 1.8.1. Мультимедийность
- 1.8.2. Многозадачность
- 1.8.3. Коллапс внимания

1.9. Hardware: от "черного ящика" до умного дома

- 1.9.1. Черный ящик
- 1.9.2. Новые устройства
- 1.9.3. Преодоление цифрового разрыва

1.10. На пути к новому телевидению

- 1.10.1. Эксклюзивность и скорость в новом телевидении
- 1.10.2. Самопрограммирование
- 1.10.3. Социальное телевидение

Модуль 2. Концепции Трансмедийный сторителлинг и кросс-медиа**2.1. Хронология понятия трансмедиа**

- 2.1.1. Трансмедиа в контексте современного культурного производства
- 2.1.2. Как мы понимаем трансмедиа?
- 2.1.3. Ключевые элементы, составляющие общее понятие трансмедиа

2.2. Трансмедиа и связанные с ними аспекты. Мультиплатформа, кросс-медиа, цифровой нарратив, мультимодальность, трансмедиа *literacies*, построение миров (*worldbuilding*), франшизы, дата-сторителлинг, платформирование

- 2.2.1. Экономика внимания
- 2.2.2. Трансмедиа и связанные с ними аспекты
- 2.2.3. Мультимодальность, *кросс-медиа* и трансмедиа

2.3. Области применения и потенциал трансмедиа

- 2.3.1. Трансмедиа в индустрии культуры
- 2.3.2. Трансмедиа и организации
- 2.3.3. Трансмедиа в науке и образовании

2.4. Потребительские практики и трансмедийная культура

- 2.4.1. Культурное потребление и повседневная жизнь
- 2.4.2. Платформы
- 2.4.3. Пользовательский контент

2.5. Технологии

- 2.5.1. Трансмедиа, новые медиа и технологии: первое время
- 2.5.2. Данные
- 2.5.3. Технологический фактор в трансмедийных проектах

2.6. Трансмедиа, между цифровым и живым опытом

- 2.6.1. Ценность живого опыта
- 2.6.2. Что мы понимаем под опытом?
- 2.6.3. Примеры реального опыта

2.7. Трансмедиа и игры: проектирование игрового опыта

- 2.7.1. Целое и части: вопросы, которые необходимо учитывать при определении отдельных элементов трансмедийного опыта
- 2.7.2. Фактор игры
- 2.7.3. Некоторые примеры

2.8. Критические аспекты трансмедиа

- 2.8.1. Чем может оказаться «трансмедиа»?
- 2.8.2. Дискуссия
- 2.8.3. Критический взгляд: С какими задачами и проблемами мы можем столкнуться?

2.9. Междисциплинарные трансмедиа: роли, профили, команды

- 2.9.1. Работа в команде
- 2.9.2. Трансмедийные компетенции
- 2.9.3. Роли

2.10. Примеры

Модуль 3. Трансмедийное повествование

<p>3.1. Трансмедийное повествование по Генри Дженкинсу</p> <p>3.1.1. Генри Дженкинс, трансмедиа и конвергентная культура</p> <p>3.1.2. Связь между партиципаторной культурой, трансмедиа и фан-исследованиями</p> <p>3.1.3. «Семь принципов» трансмедийных нарративов</p>	<p>3.2. Обзоры и альтернативные взгляды на трансмедийные нарративы</p> <p>3.2.1. Теоретические перспективы</p> <p>3.2.2. Перспективы профессиональной практики</p> <p>3.2.3. Специфические взгляды</p>	<p>3.3. Истории, нарратив, сторителлинг</p> <p>3.3.1. Истории, нарратив и сторителлинг</p> <p>3.3.2. Нарратив как структура и практика</p> <p>3.3.3. Интертекстуальность</p>	<p>3.4. «Классический» нарратив, нелинейный нарратив и трансмедиа</p> <p>3.4.1. Нарративный опыт</p> <p>3.4.2. Нарративная структура в трех актах</p> <p>3.4.3. Пути "путешествия героя"</p>
<p>3.5. Интерактивное повествование: линейные и нелинейные структуры повествования</p> <p>3.5.1. Интерактивность</p> <p>3.5.2. Агентство</p> <p>3.5.3. Разные нелинейные нарративные структуры</p>	<p>3.6. Цифровой сторителлинг</p> <p>3.6.1. Цифровые нарративы</p> <p>3.6.2. Происхождение цифрового сторителлинга: истории жизни</p> <p>3.6.3. Цифровой сторителлинг и трансмедиа</p>	<p>3.7. "Якоря" трансмедийного повествования: миры, персонажи, время и временные линии, карты, пространство</p> <p>3.7.1. Момент "прыжка"</p> <p>3.7.2. Воображаемые миры</p> <p>3.7.3. Участие аудитории</p>	<p>3.8. Феномен фаната, канон и трансмедиа</p> <p>3.8.1. Фигура фаната</p> <p>3.8.2. Фандом и продуктивность</p> <p>3.8.3. Ключевые понятия в отношениях между трансмедиа и фан-культурой</p>
<p>3.9. Вовлечение людей (стратегии вовлечения, краудсорсинг, краудфандинг и т.д.)</p> <p>3.9.1. Уровни вовлечения: последователи, энтузиасты, фанаты</p> <p>3.9.2. Публика, коллектив, толпа</p> <p>3.9.3. Краудсорсинг и краудфандинг</p>			

Модуль 4. Производство трансмедийного контента**4.1. Фаза разработки идеи проекта**

- 4.1.1. Рассказ
- 4.1.2. Платформы
- 4.1.3. Публичная

4.2. Документация, исследование и поиск примеров

- 4.2.1. Документация
- 4.2.2. Успешные примеры
- 4.2.3. Учиться у других

4.3. Креативные стратегии: в поисках предпосылки

- 4.3.1. Предпосылка
- 4.3.2. Необходимость предпосылки
- 4.3.3. Согласованные проекты

4.4. Платформы, повествование и участие. Итеративный процесс

- 4.4.1. Творческий процесс
- 4.4.2. Соединение между различными частями
- 4.4.3. Трансмедийное повествование как процесс

4.5. Повествовательное предложение: сюжет, переходы, миры, персонажи

- 4.5.1. Сюжет и повествовательные переходы
- 4.5.2. Миры и вселенные
- 4.5.3. Персонажи как центр повествования

4.6. Оптимальная поддержка нашего повествования. Форматы и платформы

- 4.6.1. Средство и сообщение
- 4.6.2. Выбор платформ
- 4.6.3. Выбор форматов

4.7. Разработка опыта и участия. Знать свою аудиторию

- 4.7.1. Откройте для себя свою аудиторию
- 4.7.2. Уровни участия
- 4.7.3. Опыт и запоминаемость

4.8. Библия трансмедийного производства: подход, платформы, путешествие пользователя

- 4.8.1. Библия трансмедийного производства
- 4.8.2. Подход и платформы
- 4.8.3. Путешествие пользователя

4.9. Библия трансмедийного производства: эстетика проекта, материальные и технические требования

- 4.9.1. Значение эстетики
- 4.9.2. Возможности и производство
- 4.9.3. Материальные и технические потребности

4.10. Библия трансмедийного производства: примеры бизнес-моделей

- 4.10.1. Дизайн модели
- 4.10.2. Адаптация модели
- 4.10.3. Случаи

Модуль 5. Создание и менеджмент цифровых сообществ

5.1. Виртуальное сообщество и где его создать

- 5.1.1. Типы пользователей
- 5.1.2. Пространства для создания виртуальных сообществ
- 5.1.3. Особенности этих пространств

5.2. Управление сообществом в Facebook и Instagram

- 5.2.1. Инструменты для создания и управления сообществами
- 5.2.2. Возможности и ограничения

5.3. Управление сообществами в Twitter

- 5.3.1. Инструменты для создания и управления сообществами
- 5.3.2. Возможности и ограничения

5.4. Управление сообществами в YouTube

- 5.4.1. Инструменты для создания и управления сообществами
- 5.4.2. Возможности и ограничения

5.5. Управление сообществами в YouTube

- 5.5.1. Инструменты для создания и управления сообществами
- 5.5.2. Возможности и ограничения

5.6. Управление будущими сообществами в появляющихся пространствах. Их ключи

- 5.6.1. Ключевые моменты, которые необходимо учитывать при анализе комментируемых сетей
- 5.6.2. Какие шаги необходимо предпринять при появлении новых социальных сетей
- 5.6.3. Дискурсы и диалоги

5.7. Как стимулировать создание контента пользователями

- 5.7.1. *Просьюмер* после COVID
- 5.7.2. Конкурсы, розыгрыши призов и кампании
- 5.7.3. Социальные сети и трансмедиа

5.8. Планирование и измерение контента I

- 5.8.1. Типы контента и его написание
- 5.8.2. Структурирование контента

5.9. Планирование и измерение контента II

- 5.9.1. Измерение действий в социальных сетях
- 5.9.2. Воздействие в Google
- 5.9.3. Принятие решений

5.10. Создание контента в блогах и его перемещение по сетям

- 5.10.1. Важность *блогов* сегодня
- 5.10.2. Методы перемещения контента по сетям
- 5.10.3. Разрешение кризисов

Модуль 6. Расширенная трансмедийная реальность: VR и AR**6.1. Расширенная реальность (XR)****6.2. Предсказания эволюции XR**

- 6.2.1. Настоящее
- 6.2.2. Сравнение устройства
- 6.2.3. Последующие действия:

6.3. Технические аспекты XR

- 6.3.1. Типы взаимодействия
- 6.3.2. Передвижение
- 6.3.3. Преимущества и ограничения XR

6.4. Значение 5 чувств

- 6.4.1. Тактильные устройства
- 6.4.2. Мультисенсорные устройства
- 6.4.3. Звук в XR

6.5. Процесс создания проекта XR

- 6.5.1. Творческий процесс
- 6.5.2. Профили XR
- 6.5.3. Пример

6.6. UX/UI-дизайн в XR

- 6.6.1. Процесс проектирования
- 6.6.2. UX/UI в XR

6.7. Новые нарративные языки XR: сториливинг

- 6.7.1. *Сторителлинг vs. сториливинг*
- 6.7.2. Нарративные аспекты, характерные XR
- 6.7.3. Кейс-исследования трансмедийной расширенной реальности

6.8. Нарративная структура в XR: сценарий и раскадровка

- 6.8.1. Разработка
- 6.8.2. Сценарий
- 6.8.3. *Сториборд*

6.9. Техническая разработка и инструменты

- 6.9.1. Разработка технического брифинга
- 6.9.2. Инструменты для создания прототипов

6.10. Сбыт XR опыта

- 6.10.1. MVP
- 6.10.2. Распространение
- 6.10.3. Маркетинг и продвижение

Модуль 7. Трансмедийная журналистика

<p>7.1. Эволюция ИКТ: традиционные и новые средства массовой информации</p> <p>7.1.1. ИКТ как ускоритель трансформации медиа</p> <p>7.1.2. Нативные цифровые медиа</p> <p>7.1.3. ИКТ и не совсем традиционные медиа</p>	<p>7.2. Гражданин как информатор</p> <p>7.2.1. Гражданин - генератор информации</p> <p>7.2.2. Пределы и ограничения гражданской журналистики</p>	<p>7.3. Фигура трансмедийного журналиста</p> <p>7.3.1. Основные навыки и знания для трансмедийных журналистов</p> <p>7.3.2. Трансмедийные журналисты для трансмедийных компаний</p> <p>7.3.3. Мобильная журналистика</p>	<p>7.4. Разработка, создание и производство трансмедийного новостного контента</p> <p>7.4.1. Основные принципы трансмедиа Дженкинса, адаптированные к журналистике</p> <p>7.4.2. Процесс создания проекта трансмедийной журналистики</p>
<p>7.5. Форматы в трансмедийной журналистике: видео, фото, звук, инфографика</p> <p>7.5.1. Написание журналистского контента в цифровых медиа</p> <p>7.5.2. Изображение и аудио</p> <p>7.5.3. Инструменты для создания инфографики</p>	<p>7.6. Трансмедийная журналистика: собственные и заработанные каналы</p> <p>7.6.1. Журналистика и корпоративная коммуникация</p> <p>7.6.2. Распространение по собственным каналам</p> <p>7.6.3. Распространение в заработанных СМИ</p>	<p>7.7. Бренд-журналистика</p> <p>7.7.1. Информационное письмо</p> <p>7.7.2. <i>Брендируемый контент и журналистика: характеристики бренд-журналистики</i></p> <p>7.7.3. Образцовые публикации по бренд-журналистике</p>	<p>7.8. Партисипативная журналистика</p> <p>7.8.1. Партисипативный журналист</p> <p>7.8.2. Партисипативный пользователь</p> <p>7.8.3. <i>Блог для журналистской деятельности</i></p>
<p>7.9. Геймификация журналистики, новостные игры</p> <p>7.9.1. Журналистский формат нового поколения</p> <p>7.9.2. Поджанры</p> <p>7.9.3. Классические случаи и более новые <i>серьезные игры</i></p>	<p>7.10. Трансмедийный подкаст</p> <p>7.10.1. Традиционный подкаст: аудио</p> <p>7.10.2. Трансмедийный подкаст</p> <p>7.10.3. <i>Брендируемый подкаст</i></p>		

Модуль 8. Трансмедийный сторителлинг в индустрии видеоигр**8.1. Историческое отношение: видеоигры в начале теорий трансмедийного сторителлинга**

- 8.1.1. Контекст
- 8.1.2. Марша Киндер и черепашки Нинзя
- 8.1.3. От Покемона до Матрицы: Генри Дженкинс

8.2. Важность индустрии видеоигр в медиаконгломератах

- 8.2.1. Видеоигры как генераторы контента
- 8.2.2. Некоторые цифры
- 8.2.3. Скачок к новым и старым медиа

8.3. Актуальность и эволюция видеоигр как объекта культуры и как объекта академического изучения

- 8.3.1. Видеоигры и популярная культура
- 8.3.2. Восприятие как объект культуры
- 8.3.3. Видеоигры в университетских программах

8.4. Сторителлинг и трансмедиальность в возникающих сюжетах

- 8.4.1. Трансмедийный сторителлинг в парке аттракционов
- 8.4.2. Новые соображения по поводу повествования
- 8.4.3. Возникающие сюжеты

8.5. О нарративности видеоигр и их месте в трансмедийном повествовании

- 8.5.1. Ранние дискуссии о нарративности и видеоиграх
- 8.5.2. Ценность повествования в видеоиграх
- 8.5.3. Онтология видеоигр

8.6. Видеоигры как создатели трансмедийных миров

- 8.6.1. Правила мира
- 8.6.2. Игровые вселенные
- 8.6.3. Неисчерпаемые миры и персонажи

8.7. Кроссмедийность и трансмедийности: стратегия адаптации индустрии к новым требованиям аудитории

- 8.7.1. Производные продукты
- 8.7.2. Новая публика
- 8.7.3. Скачок к трансмедийности

8.8. Трансмедийные адаптации и расширения видеоигр

- 8.8.1. Индустриальная стратегия
- 8.8.2. Неудачные адаптации
- 8.8.3. Трансмедийные расширения

8.9. Видеоигры и трансмедийные персонажи

- 8.9.1. Путешествующие персонажи
- 8.9.2. От нарративной среды к видеоигре
- 8.9.3. Вне нашего контроля: прыжок в другие медиа

8.10. Видеоигры и фандом: аффективные теории и последователи

- 8.10.1. *Косплей* Марио
- 8.10.2. Мы - то, во что мы играем
- 8.10.3. Фанаты берут инициативу в свои руки

Модуль 9. *Брендированный контент: марка как publisher*

9.1. Традиционная рекламная модель: *push*

- 9.1.1. Ключевые аспекты коммуникационных стратегий *push*
- 9.1.2. Истоки и эволюция
- 9.1.3. Будущее стратегий *push*

9.2. Новая модель *pull*

- 9.2.1. Ключевые аспекты коммуникационных *pull*-стратегий
- 9.2.2. Истоки и современный контекст
- 9.2.3. Ключи к успеху

9.3. Брендированный контент

- 9.3.1. *Брендированный контент, контент-маркетинг и нативная реклама*
- 9.3.2. Как идентифицировать *брендированный контент*?

9.4. Бренды как публичеры: последствия

- 9.4.1. Новая цепочка стоимости
- 9.4.2. Следствия
- 9.4.3. Модели

9.5. Брендированный контент и его роль в смешанной коммуникации

- 9.5.1. Текущий контекст
- 9.5.2. *Брендированный контент* и цель бренда
- 9.5.3. Вдохновляющие кейсы

9.6. Сосуществование контентов и рекламы

- 9.6.1. Различия
- 9.6.2. Вклад в капитал бренда
- 9.6.3. Примеры сосуществования

9.7. Брендированный контент: форматы и жанры

- 9.7.1. Жанры
- 9.7.2. Другие подходы, другие жанры
- 9.7.3. Форматы

9.8. Методология создания брендированного контента

- 9.8.1. Стратегия
- 9.8.2. Идея
- 9.8.3. Производство

9.9. Значение продвижения в контенте бренда

- 9.9.1. Методология
- 9.9.2. Стадии
- 9.9.3. Форматы

9.10. Измерение эффективности брендированного контента

- 9.10.1. Как измерить проект БК?
- 9.10.2. Качественное и количественное измерение
- 9.10.3. Метрики и KPI

Модуль 10. Практические кейсы трансмедийных вселенных

10.1. Трансмедиа, основанные на кино	10.2. От букв к экранам	10.3. Трансмедийная мифология и эпическое фэнтези	10.4. Вымыслы, выходящие за рамки комиксов
10.5. Видеоигры с несколькими повествованиями	10.6. Телевидение, исследующее новые повествования	10.7. Когда фандом создает свой собственный контент	10.8. Прототрансмедиа, зародившиеся в театре
10.9. Музыка, которую не только слушают	10.10. Развлекательные предложения, которые перекочевали на другие платформы		



В области рекламы трансмедийная коммуникация стала великой революцией. Благодаря этой программе вы узнаете все тонкости и нюансы этого сектора"

07

Методология

Данная учебная программа предлагает особый способ обучения. Наша методология разработана в режиме циклического обучения: **Relearning**. Данная система обучения используется, например, в самых престижных медицинских школах мира и признана одной из самых эффективных ведущими изданиями, такими как *Журнал медицины Новой Англии*.





“

Откройте для себя методику Relearning, которая отвергает традиционное линейное обучение, чтобы показать вам циклические системы обучения: способ, который доказал свою огромную эффективность, особенно в предметах, требующих запоминания”

Бизнес-школа ТЕСН использует метод кейсов для контекстуализации всего содержания

Наша программа предлагает революционный метод развития навыков и знаний. Наша цель - укрепить компетенции в условиях меняющейся среды, конкуренции и высоких требований.

“

С ТЕСН вы сможете познакомиться со способом обучения, который опровергает основы традиционных методов образования в университетах по всему миру”



Эта программа подготовит вас к решению бизнес-задач в условиях неопределенности и достижению успеха в бизнесе.



Наша программа подготовит вас к решению новых задач в условиях неопределенности и достижению успеха в карьере.

Инновационный и отличный от других метод обучения

Эта программа ТЕСН - интенсивная программа обучения, созданная с нуля для того, чтобы предложить менеджерам задачи и бизнес-решения на самом высоком уровне, на международной арене. Благодаря этой методологии ускоряется личностный и профессиональный рост, делая решающий шаг на пути к успеху. Метод кейсов, составляющий основу данного содержания, обеспечивает следование самым современным экономическим, социальным и деловым реалиям.

“ *В ходе совместной деятельности и рассмотрения реальных кейсов студент научится разрешать сложные ситуации в реальной бизнес-среде”*

Метод кейсов является наиболее широко используемой системой обучения в лучших бизнес-школах мира на протяжении всего времени их существования. Разработанный в 1912 году для того, чтобы студенты-юристы могли изучать право не только на основе теоретического содержания, метод кейсов заключается в том, что им представляются реальные сложные ситуации для принятия обоснованных решений и ценностных суждений о том, как их разрешить. В 1924 году он был установлен в качестве стандартного метода обучения в Гарвардском университете.

Что должен делать профессионал в определенной ситуации? Именно с этим вопросом мы сталкиваемся при использовании метода кейсов - метода обучения, ориентированного на действие. На протяжении всей программы студенты будут сталкиваться с многочисленными реальными случаями из жизни. Им придется интегрировать все свои знания, исследовать, аргументировать и защищать свои идеи и решения.

Методология *Relearning*

TECH эффективно объединяет метод кейсов с системой 100% онлайн-обучения, основанной на повторении, которая сочетает различные дидактические элементы в каждом уроке.

Мы улучшаем метод кейсов с помощью лучшего метода 100% онлайн-обучения: *Relearning*.

Наша онлайн-система позволит вам организовать свое время и темп обучения, адаптируя его к вашему графику. Вы сможете получить доступ к содержанию с любого стационарного или мобильного устройства с выходом в интернет.

В TECH вы будете учиться по передовой методике, разработанной для подготовки руководителей будущего. Этот метод, играющий ведущую роль в мировой педагогике, называется *Relearning*.

Наша Бизнес-школа - единственный вуз, имеющий лицензию на использование этого успешного метода. В 2019 году нам удалось повысить общий уровень удовлетворенности наших студентов (качество преподавания, качество материалов, структура курса, цели...) по отношению к показателям лучшего онлайн-университета.



В нашей программе обучение не является линейным процессом, а происходит по спирали (мы учимся, разучиваемся, забываем и заново учимся). Поэтому мы дополняем каждый из этих элементов по концентрическому принципу. Благодаря этой методике более 650 000 выпускников университетов добились беспрецедентного успеха в таких разных областях, как биохимия, генетика, хирургия, международное право, управленческие навыки, спортивная наука, философия, право, инженерное дело, журналистика, история, финансовые рынки и инструменты. Наша методология преподавания разработана в среде с высокими требованиями к уровню подготовки, с университетским контингентом студентов с высоким социально-экономическим уровнем и средним возрастом 43,5 года.

Методика Relearning позволит вам учиться с меньшими усилиями и большей эффективностью, все больше вовлекая вас в процесс обучения, развивая критическое мышление, отстаивая аргументы и противопоставляя мнения, что непосредственно приведет к успеху.

Согласно последним научным данным в области нейронауки, мы не только знаем, как организовать информацию, идеи, образы и воспоминания, но и знаем, что место и контекст, в котором мы что-то узнали, имеют фундаментальное значение для нашей способности запомнить это и сохранить в гиппокампе, чтобы удержать в долгосрочной памяти.

Таким образом, в рамках так называемого нейрокогнитивного контекстно-зависимого электронного обучения, различные элементы нашей программы связаны с контекстом, в котором участник развивает свою профессиональную практику.



В рамках этой программы вы получаете доступ к лучшим учебным материалам, подготовленным специально для вас:



Учебный материал

Все дидактические материалы создаются преподавателями специально для студентов этого курса, чтобы они были действительно четко сформулированными и полезными.

Затем вся информация переводится в аудиовизуальный формат, создавая дистанционный рабочий метод ТЕСН. Все это осуществляется с применением новейших технологий, обеспечивающих высокое качество каждого из представленных материалов.



Мастер-классы

Существуют научные данные о пользе экспертного наблюдения третьей стороны.

Так называемый метод обучения у эксперта укрепляет знания и память, а также формирует уверенность в наших будущих сложных решениях.



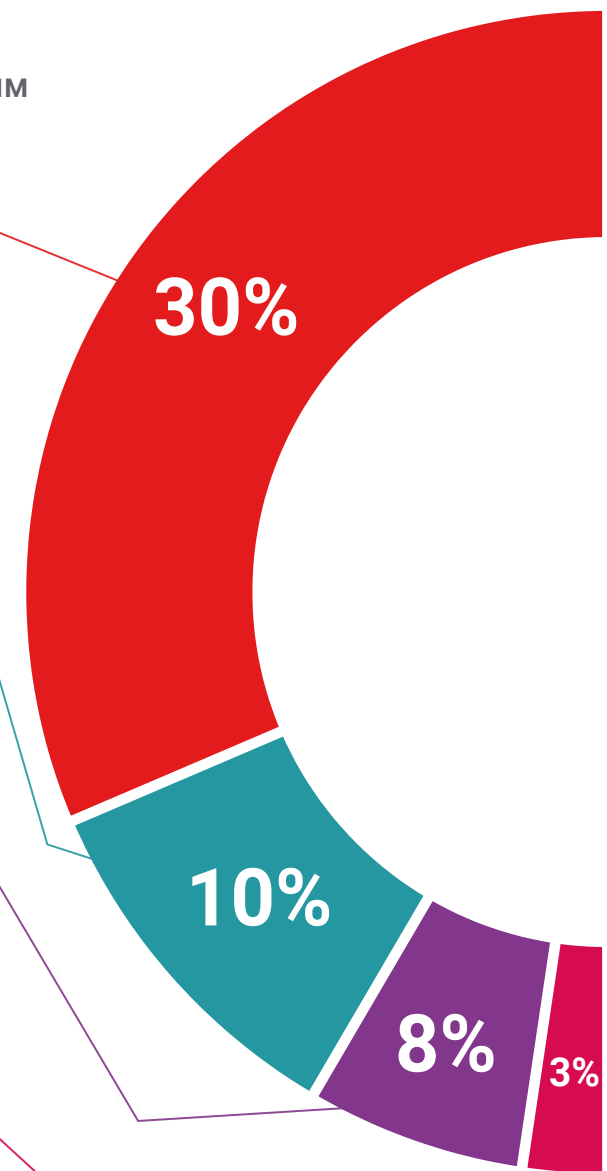
Практика управленческих навыков

Студенты будут осуществлять деятельность по развитию конкретных управленческих компетенций в каждой предметной области. Практика и динамика приобретения и развития навыков и способностей, необходимых топ-менеджеру в условиях глобализации, в которой мы живем.



Дополнительная литература

Новейшие статьи, консенсусные документы и международные руководства включены в список литературы курса. В виртуальной библиотеке ТЕСН студент будет иметь доступ ко всем материалам, необходимым для завершения обучения.





Метод кейсов

Метод дополнится подборкой лучших кейсов, выбранных специально для этой квалификации. Кейсы представляются, анализируются и преподаются лучшими специалистами в области высшего менеджмента на международной арене.



Интерактивные конспекты

Мы представляем содержание в привлекательной и динамичной мультимедийной форме, которая включает аудио, видео, изображения, диаграммы и концептуальные карты для закрепления знаний.

Эта уникальная обучающая система для представления мультимедийного содержания была отмечена компанией Microsoft как "Европейская история успеха".



Тестирование и повторное тестирование

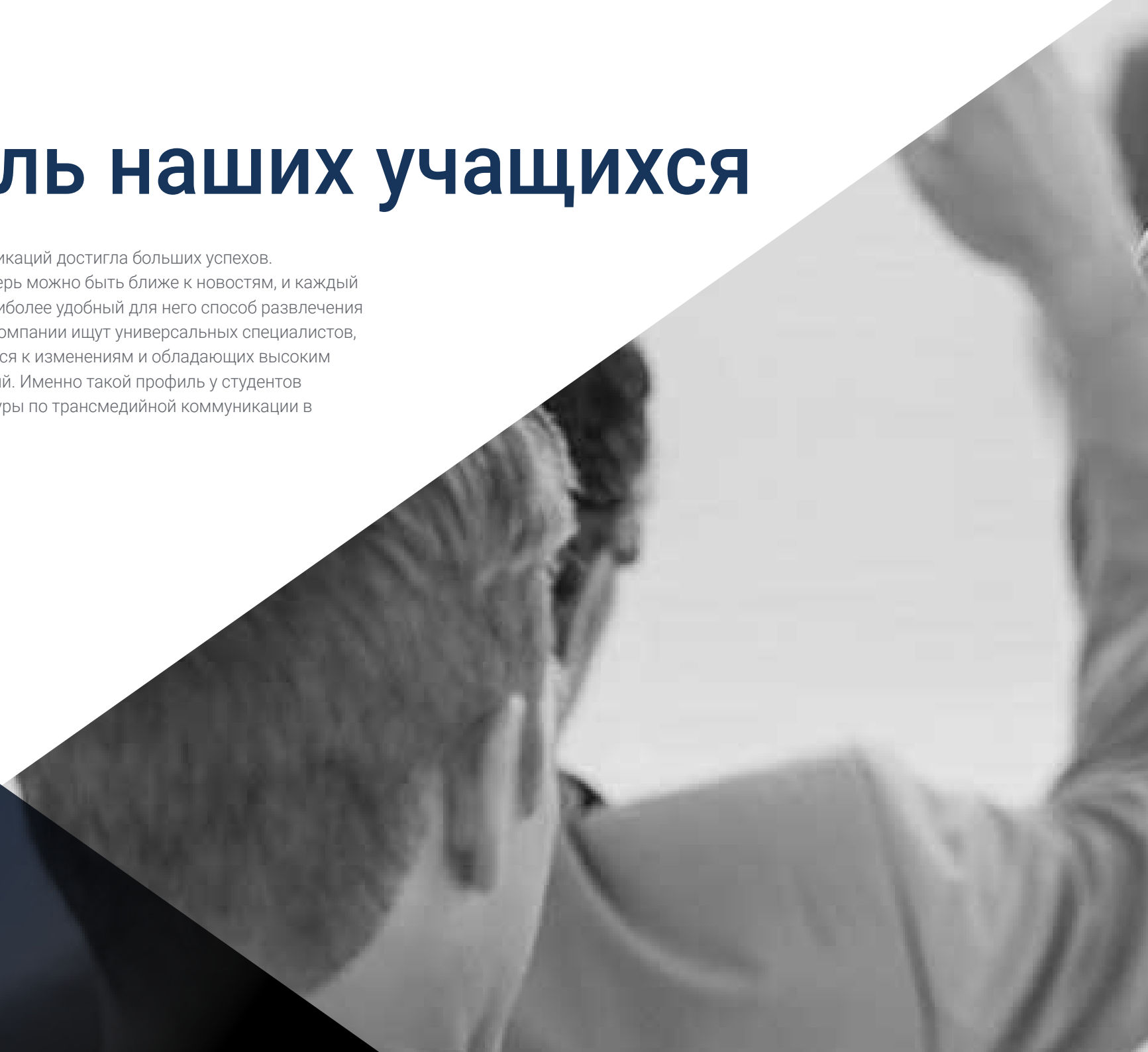
На протяжении всей программы мы периодически оцениваем и переоцениваем ваши знания с помощью оценочных и самооценочных упражнений: так вы сможете убедиться, что достигаете поставленных целей.



08

Профиль наших учащихся

В последние годы сфера коммуникаций достигла больших успехов. Благодаря трансмедийности теперь можно быть ближе к новостям, и каждый пользователь может выбрать наиболее удобный для него способ развлечения или информирования. Поэтому компании ищут универсальных специалистов, способных быстро адаптироваться к изменениям и обладающих высоким уровнем знаний новых технологий. Именно такой профиль у студентов Специализированной магистратуры по трансмедийной коммуникации в TECH Global University.



“

Вы хотите стать частью будущего коммуникаций? С этой программой вы в одном шаге от достижения этой цели”

Средний возраст

В возрасте от **35** до **45** лет

Годы практики



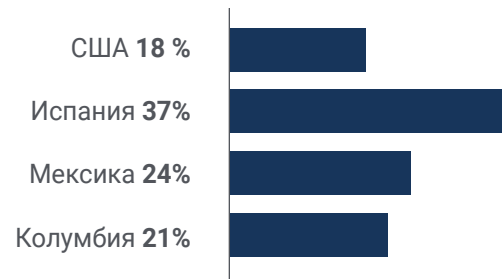
Обучение



Академический профиль



Географическое распределение



Эдуардо Гарсиа

Директор коммуникационного агентства

"Как профессионал в области коммуникаций, некоторое время назад я понял, что мне необходимо расширить свои знания о новых трансмедийных стратегиях, чтобы предлагать своим клиентам услуги более высокого качества. К счастью, я нашел эту программу, и благодаря ей теперь в моей компании мы можем создавать трансмедийный контент, который не только улучшает имидж моей компании и моих клиентов, но и охватывает более широкую аудиторию и формирует лояльность. Без сомнения, прохождение данной Специализированной магистратуры было отличным решением. Теперь я понимаю, какие большие возможности мы упускали раньше, не используя трансмедийность"

09

Руководство курса

Трансмедийная коммуникация — это сектор, который все больше изучается и исследуется, поэтому профессионалам, желающим развиваться в этой области, требуются высококачественные образовательные программы, способные удовлетворить их потребности в обучении. По этой причине TECH Global University выбрал самых престижных и востребованных преподавателей в этой области, чтобы передать все их знания в этой сфере своим студентам в дидактической форме, адаптированной к новым временам.



“

Ведущие эксперты в области трансмедийной коммуникации собрались вместе, чтобы предложить вам квалификацию высокого уровня, которая станет основополагающей для вашего профессионального развития в этой области”

Приглашенный руководитель международного уровня

Имя Магды Романска не сходит с уст в области исполнительских искусств и медиа на международном уровне. Наряду с другими проектами, этот специалист является главным исследователем metaLAB Гарвардского университета и возглавляет семинар по трансмедийным искусствам в известном Гуманитарном центре Махиндры. Она также разработала множество исследований, связанных с такими учреждениями, как Центр европейских исследований и Центр российских и евразийских исследований Дэвиса.

С Ее направления работы сосредоточены на пересечении искусства, гуманитарных наук, технологий и трансмедийного повествования. В эти рамки также входят вопросы мультиплатформенной и метавселенной драматургии, а также взаимодействие между людьми и искусственным интеллектом в спектаклях. На основе своих глубоких исследований в этих областях она создала Drametrics, количественный и вычислительный анализ драматических текстов.

Она также является основателем, генеральным директором и главным редактором TheTheatreTimes.com, крупнейшего в мире цифрового театрального портала. Магда запустила Performar.org, интерактивную цифровую карту театральных фестивалей, финансируемую Йельской лабораторией цифровых гуманитарных наук и инновационным грантом LMDA. Она руководила разработкой Международного фестиваля онлайн-театра (IOTF), ежегодного глобального потокового *театрального фестиваля, который к настоящему* времени охватил более миллиона участников. Кроме того, эта инициатива была удостоена Второй международной премии Culture Online в номинации «Лучший онлайн-проект», выбранной среди 452 других предложений из 20 стран.

Доктор Романска также была удостоена стипендий MacDowell, Apothetae и Lark Theatre Playwriting от Фонда Time Warner. Она также получила премию PANA Creative и премию Elliott Hayes за выдающиеся достижения в области драматургии. Кроме того, она получила награды от Американской ассоциации театральных исследований и Ассоциации польских исследований.



Д-р Романска, Магда

- ♦ Главный исследователь, metaLAB Гарвардского университета, Бостон, США
- ♦ Исполнительный директор и главный редактор TheTheatreTimes.com
- ♦ Научный сотрудник Центра европейских исследований Минда, Гюнцбург, Германия
- ♦ Научный сотрудник Центра российских и евразийских исследований Дэвиса
- ♦ Профессор исполнительских искусств в Эмерсон-колледже
- ♦ Доцент Центра Беркмана по вопросам интернета и общества
- ♦ Докторская степень в области театра, кино и танца Корнельского университета
- ♦ Магистр современной мысли и литературы Стэнфордского университета
- ♦ Степень бакалавра Йельской школы драмы и факультета сравнительной литературы
- ♦ Председатель семинара по трансмедийным искусствам в Гуманитарном центре Махиндры
- ♦ Член консультативного совета Digital Theatre+

“

Благодаря TECH вы сможете учиться у лучших мировых профессионалов”

Руководство



Д-р Регейра, Хавьер

- ♦ Эксперт по брендированному контенту
- ♦ Старший бренд-менеджер и онлайн-менеджер в Nivea
- ♦ Бренд-менеджер группы компаний Imperial Tobacco
- ♦ Соучредитель Испанской ассоциации брендированного контента
- ♦ Соучредитель Pop Up Brand Content
- ♦ Автор нескольких книг по маркетингу и управлению бизнесом
- ♦ Директор по работе с клиентами в Grey Publicidad
- ♦ Спикер на TED Talks
- ♦ Степень доктора в области брендированного контента Университета короля Хуана Карлоса
- ♦ Степень бакалавра европейского CCEE ICADE E4

Преподаватели

Г-жа Росендо Санчес, Ниевес

- ♦ Исследователь трансмедийных нарративов
- ♦ Писатель детских романов
- ♦ Координатор трансмедийного расширения пьесы «Процесс» (El Proceso)
- ♦ Преподаватель университетских дисциплин, связанных с коммуникацией
- ♦ Степень магистра в области литературоведения и театроведения в Университете Гранады
- ♦ Степень магистра по литературе в цифровую эпоху в IL3 Университета Барселоны

Д-р Роиг Тэло, Антони

- ♦ Исследователь, специализирующийся на новых цифровых нарративах
- ♦ Исследователь в Mediaccions
- ♦ Преподаватель по аудиовизуальным коммуникациям для университетского обучения
- ♦ Доктор в области социальных наук, информационного общества и знаний Открытого Университета Каталонии
- ♦ Степень бакалавра в области аудиовизуальной коммуникации Университета Рамона Ллулла
- ♦ Технический инженер в области телекоммуникаций

Г-н Фрага Помбо, Луис

- ♦ Коммуникатор, Эксперт в области корпоративных коммуникаций
- ♦ Ведущий и редактор новостей на канале Antena 3
- ♦ Редактор и ведущий в Antena 3 Noticias de Galicia
- ♦ Редактор новостей и диктор в радиогруппе La Voz de Galicia
- ♦ Редактор новостей и диктор новостей в Cadena SER Ferrol
- ♦ Тренер в Atresmedia Formación
- ♦ Основатель Luis Fraga Comunicación y Formación para tu empresa (Луис Фрага Коммуникации и обучение для вашей компании)
- ♦ Преподаватель курсов, связанных с коммуникациями
- ♦ Степень бакалавра по географии и истории в Университете Сантьяго-де-Компостела
- ♦ Степень магистра в области прикладных исследований в сфере коммуникации в Университете короля Хуана Карлоса

Г-жа Угидос Альварес, Сусана

- ♦ Эксперт по контент-маркетингу
- ♦ Руководитель стратегии контент-маркетинга в El Corte Inglés
- ♦ Менеджер по контент-маркетингу в El Corte Inglés
- ♦ Бренд-менеджер в El Corte Inglés
- ♦ Менеджер по глобальным коммуникациям в Flex Group
- ♦ Менеджер по рекламе и промо-акциям в Flex Group
- ♦ Степень бакалавра в области коммерческого менеджмента и маркетинга в ESIC Business & Marketing School
- ♦ Аспирантура по специальностям «Развитие менеджмента», «Брендингованный контент», «Трансмедиа», «Цифровой маркетинг» и «Дизайн-мышление»

Г-н Санчес Лопес, Иван

- ♦ Исследователь в области цифрового нарратива
- ♦ Научный сотрудник Университета Аликанте
- ♦ Директор по коммуникациям в Международном молодежном агентстве Иберо-Америки
- ♦ Ассистент по производству и режиссуре на телевизионных каналах
- ♦ Сотрудничающий преподаватель в университете
- ♦ Степень доктора в области цифрового нарратива в Университете Уэльвы
- ♦ Степень магистра в области творческого документального кино в Автономном университете Барселоны
- ♦ Степень магистра в области онлайн-коммуникаций и образования в UNED

Д-р Суарес Муриньо, Адриан

- ♦ Специалист по цифровым коммуникациям, SEO и SEM
- ♦ Руководитель отдела SEO-аутсорсинга для маркетинговых и коммуникационных агентств
- ♦ Контент и сценарист для Webedia
- ♦ Преподаватель на курсах бакалавриата и последипломных программах в области маркетинга
- ♦ Автор веб-контента в MundoGamers
- ♦ SEO-специалист и SEM-стратег в компании Pululart
- ♦ Степень доктора в области цифровых коммуникаций, нарративов и видеоигр в Университете А-Коруньи
- ♦ Степень бакалавра архитектуры Университета А-Коруньи
- ♦ Степень магистра в области онлайн-управления, маркетинга и коммуникации в Университете Абат Олиба CEU

Г-жа Васан, Вики

- ♦ UX/UI-дизайнер, Эксперт в области виртуальной реальности
- ♦ Сооснователь INMERSIVA
- ♦ Руководитель сообщества в Meta Developer Circles
- ♦ UX/UI-дизайнер виртуальной и дополненной реальности в La Frontera VR
- ♦ UX-дизайнер и сценарист виртуальной реальности в Lyceum VR
- ♦ Креативный и трансмедийный продюсер в El Cañonazo
- ♦ Степень бакалавра в области аудиовизуальных коммуникаций в Университете Саламанки
- ♦ Последипломное образование в области *брендированного контента и трансмедийного повествования*

Д-р Монтойя Рубио, Альба

- ♦ Аудиовизуальный коммуникатор в À Punt Mèdia
- ♦ Эксперт по сетевому взаимодействию и коммуникации в À Punt Mèdia
- ♦ Руководитель отдела прессы и коммуникаций в Фонде AIMS
- ♦ Внештатный режиссер, сценарист и редактор
- ♦ Преподаватель университетских дисциплин, связанных с коммуникациями
- ♦ Степень доктора музыки и кино в Университете Барселоны
- ♦ Степень бакалавра в области аудиовизуальных коммуникаций Университета Помпеу Фабра
- ♦ Степень магистра в области музыки как междисциплинарного искусства в Университете Барселоны





“

*Уникальный, важный и
значимый курс обучения для
развития вашей карьеры”*

10

Влияние на карьеру

Коммуникационные и рекламные агентства должны адаптироваться к требованиям новых потребителей. Поэтому важно, чтобы ее специалисты и менеджеры приобрели необходимые навыки для более эффективного управления созданием контента. Благодаря этой программе студенты смогут применять приемы трансмедийного нарратива в своих компаниях, получив тем самым наибольший толчок в карьере и многообещающие перспективы на будущее.



“

Возможность рассказать вашу историю через различные мультимедийные средства вовлечет потребителя и привлечет его к вашему бренду”

Готовы ли вы решиться на перемены? Вас ждет отличный профессиональный рост

Бизнес-магистратура TECH в области трансмедийных - это интенсивная программа, которая готовит студентов к решению проблем и принятию решений в области создания контента с помощью различных платформ. Главная цель – способствовать вашему личностному и профессиональному росту. Мы помогаем вам добиться успеха.

*Настало время перемен.
Запишитесь на эту программу и добейтесь столь необходимых профессиональных изменений.*

Изучите новые техники общения и сделайте свой бренд более актуальным на рынке.

Время перемен



Что изменится



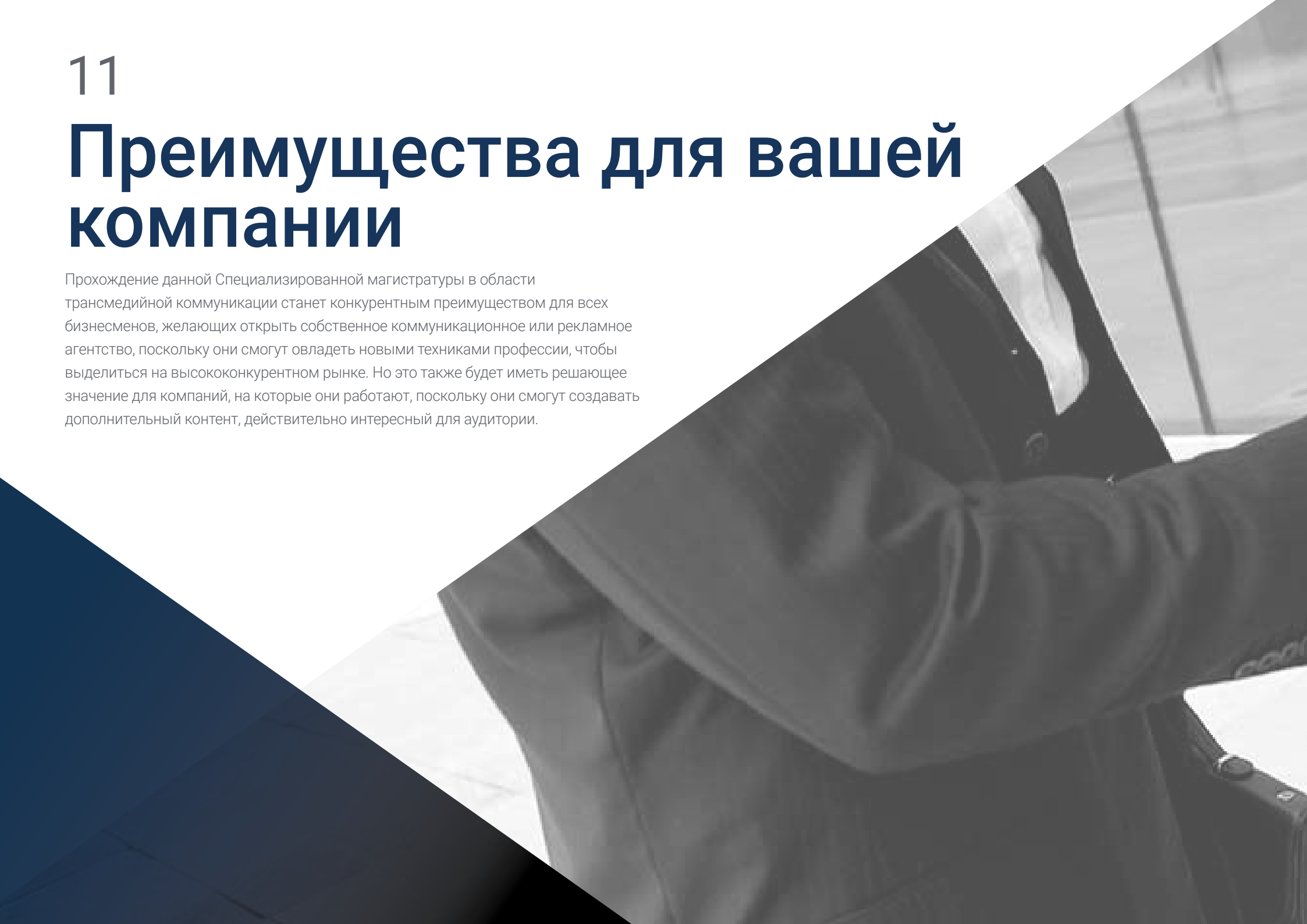
Повышение заработной платы

Прохождение этой программы означает для наших студентов повышение заработной платы более чем на **23,65%**



Преимущества для вашей компании

Прохождение данной Специализированной магистратуры в области трансмедийной коммуникации станет конкурентным преимуществом для всех бизнесменов, желающих открыть собственное коммуникационное или рекламное агентство, поскольку они смогут овладеть новыми техниками профессии, чтобы выделиться на высококонкурентном рынке. Но это также будет иметь решающее значение для компаний, на которые они работают, поскольку они смогут создавать дополнительный контент, действительно интересный для аудитории.



““

*Вы повысите конкурентоспособность
своего бизнеса, внедряя трансмедийные
технологии в каждый свой проект”.*

Развитие и удержание талантов в компаниях – лучшая долгосрочная инвестиция.

01

Рост талантов и интеллектуального капитала

Профессионал привносит в компанию новые концепции, стратегии и перспективы, которые могут привести к соответствующим изменениям в организации.

02

Удержание руководителей с высоким потенциалом и избежание "утечки мозгов"

Эта программа укрепляет связь между компанией и специалистом и открывает новые возможности для профессионального роста внутри компании.

03

Создание агентов изменений

Вы сможете принимать решения в периоды неопределенности и кризиса, помогая организации преодолеть их.

04

Расширение возможностей для международной экспансии

Эта программа позволит компании установить контакт с основными рынками мировой экономики.



05

Разработка собственных проектов

Профессионал может работать над реальным проектом или разрабатывать новые проекты в области НИОКР или развития бизнеса своей компании.

06

Повышение конкурентоспособности

Данная программа предоставит специалистам необходимые навыки, чтобы они могли решать новые задачи и тем самым двигать организацию вперед.

12

Квалификация

Бизнес-магистратура в области трансмедийной коммуникации гарантирует, помимо самого строгого и современного обучения, получение диплома об окончании Специализированной магистратуры, выдаваемого ТЕСН Технологическим университетом.



“

*Успешно пройдите эту программу
и получите университетский
диплом без хлопот, связанных с
поездками и бумажной волокитой”*

Данная **Бизнес-магистратура в области трансмедийной коммуникации** содержит самую полную и современную программу на рынке.

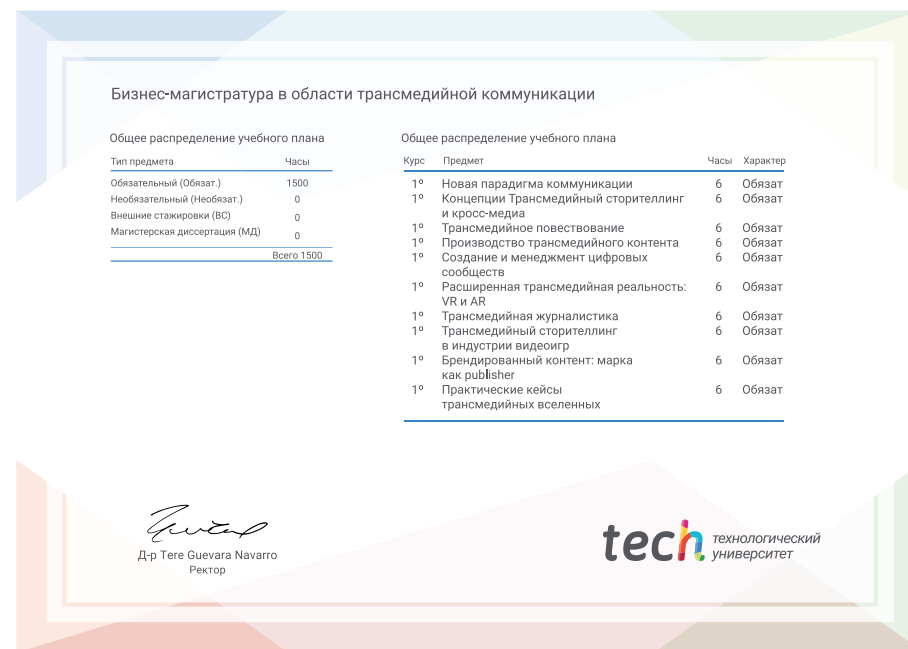
После прохождения аттестации студент получит по почте* с подтверждением получения соответствующий диплом **Бизнес-магистратура**, выданный **TECH Технологическим университетом**.

Диплом, выданный **TECH Технологическим университетом**, подтверждает квалификацию, полученную в Специализированной магистратуре, и соответствует требованиям, обычно предъявляемым биржами труда, конкурсными экзаменами и комитетами по оценке карьеры.

Диплом: **Бизнес-магистратура в области трансмедийной коммуникации**

Формат: **онлайн**

Продолжительность: **12 месяцев**



*Гаагский апостиль. В случае, если студент потребует, чтобы на его диплом в бумажном формате был проставлен Гаагский апостиль, TECH EDUCATION предпримет необходимые шаги для его получения за дополнительную плату.



Бизнес-магистратура Трансмедийная коммуникация

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 12 месяцев
- » Учебное заведение: ТЕСН Технологический университет
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

Бизнес-магистратура

Трансмедийная коммуникация