



**CENTRUM
PUCP**

**Executive
Education**
SURCO

CURSO CORTO EDEX

Storytelling: construyendo narrativas para marcas



EdEx
Executive Education Programs



**CENTRUM
PUCP**

CURSO CORTO EDEX

Storytelling: construyendo narrativas para marcas



La idea de contar historias para envolver mensajes y promover actitudes o conductas, resulta fascinante y altamente eficaz.

El storytelling es el arte contar historias y se aplica prácticamente en todos los campos de la actividad humana. En los negocios se usa como una manera de apelar a las emociones para llevar contenidos e información que cuente del pasado, del presente o del futuro indistintamente y así comprometer a los diversos públicos de una organización a llevar adelante sus valores y alcanzar sus objetivos

En ese sentido, narrar historias que proyecten una imagen o generen una identidad es importante, pero resulta indispensable, vivir esas historias y construir cada día otras nuevas que aporten sentido y refuercen los valores de una organización.

Por ello, el storytelling tiene un nuevo componente que es el storydoing que advierte la necesidad de contar historias como también de vivirlas.

- ¿Cómo convertir estrategias de marca en historias potentes y relevantes para sus públicos? ¿Qué piensa, qué siente, qué quiere y qué le emociona?
- ¿Qué puntos de conexión hay entre los públicos (interno y externo) y la marca o la organización? ¿cómo es esa relación?
- ¿cuáles son los medios más adecuados para interactuar con los públicos?
- ¿cómo logramos que todo el equipo humano de la organización viva el storytelling y lo convierta en su storydoing?
- ¿qué objetivos de la organización logramos con ello?
- ¿qué proponen las historias para innovar procesos o productos?
- ¿qué mecanismos emocionales pueden desde las historias activar una venta o fidelizar a los clientes?
- ¿cuánto valor nos genera una buena historia?

El storytelling y el storydoing les brindan a las empresas, herramientas para que sus valores intangibles crezcan y eso redunde en la rentabilidad. La propuesta de Centrum Católica es acercar estas herramientas de comunicación a los ejecutivos de las empresas, de manera que valoren su potencial y su eficacia en relación con sus diferentes públicos y al utilizarlas, puedan alcanzar los objetivos propuestos.

Este curso - taller hará que los participantes descubran las bondades del arte de contar historias y adquieran destrezas para utilizarlas en sus organizaciones.



Dirigido a

- Ejecutivos, directivos y empresarios que deseen conocer y aplicar los principios y tendencias del storytelling como estrategia en el marketing, las ventas, la capacitación, integración o la cultura en las organizaciones.
- Gerentes y consultores que buscan conocer nuevos modelos empresariales para la gestión del cambio y el trabajo de equipos
- Profesionales del marketing, comunicación, recursos humanos, desarrollo, innovación y diseño que busquen integrar nuevos modelos y prácticas de captación y fidelización.
- Emprendedores que requieran desarrollar nuevos modelos de negocio, aplicar tendencias y conocer el uso de la narrativa para sus negocios.
- Profesionales que deseen actualizar sus conocimientos para desempeñarse mejor en sus relaciones interpersonales y/o hacer presentaciones de Alto Impacto.

Objetivos

- Conocer los componentes básicos del relato y la narrativa
- Orientar el relato hacia la sensibilización de un tema u objetivo específico de una organización, aprovechando las emociones.
- Diferenciar y orientar el storytelling de acuerdo a las plataformas, temas, mensajes, públicos y propósitos de una organización.
- Trasladar el relato a la acción: del storytelling al storydoing.
- Desarrollar en los participantes las destrezas para elaborar un relato que persiga un objetivo específico dentro de la organización, utilizando diferentes plataformas.

Estructura y Contenidos

Sesiones 1 - 2

Lunes 22 de febrero

- La comunicación como factor estratégico para el crecimiento de una organización
- Cambios en los paradigmas de la comunicación
 - Interactividad
 - Medios
 - Mensajes
 - Relatos
 - Emociones

Sesiones 3 - 4

Lunes 01 de marzo

- Comunicación y creatividad en las organizaciones
- La comunicación estratégica y las estrategias de comunicación en las organizaciones
- La comunicación interpersonal y el descubrimiento del narrador: los narradores y los cuenta cuentos
- La comunicación interactiva y mediática.
- El valor de las historias en un mundo tecnológico
- La convergencia tecnológica
 - Transmedia
 - Crossmedia

Sesiones 5 - 6

[Lunes 08 de marzo](#)

- De la palabra oral y escrita a la construcción de historias
- De la imagen al relato
- El modelo del Árbol de la comunicación
 - Públicos e intereses
 - Medios y plataformas
 - Propósitos y objetivos
 - Mercado, contexto y oportunidad
 - El mensaje
 - El relato

Sesiones 7 - 8

[Lunes 15 de marzo](#)

- Qué, cómo, por qué y para qué de las historias en una organización.
- El redescubrimiento del relato para interactuar, sentir, seducir, convencer y comprometer en la vida y en los negocios.
- Características del relato y la narrativa
 - El relato de 3 actos
 - Las estructuras de 5 pasos
 - El storytelling y el viaje del héroe
 - Los argumentos universales
 - Las funciones de Propp

Sesiones 9 - 10

[Lunes 22 de marzo](#)

- La fuente de las ideas y su transformación en relato
- Herramientas para la construcción del relato

Sesiones 11 - 12

[Lunes 29 de marzo](#)

- Business Storytelling
 - El storytelling y la empresa
 - El storytelling y el marketing
 - El storytelling y el branding
 - El storytelling y las ventas
 - El storytelling y la comunicación interna
 - El storytelling y la política
 - El storytelling y la educación
 - El desarrollo de tu propia historia

Sesiones 13 - 14

[Lunes 05 de abril](#)

- El storydoing
 - Haciendo que las historias se repliquen y se vivan

Sesiones 15 - 16

[Lunes 12 de abril](#)

- El pitching
 - Presentación de Alto Impacto

Expositor



Santiago Carpio Valdez

Doctor en Comunicación Audiovisual y Publicidad por Universidad Autónoma de Barcelona, España. Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Lima. Tiene estudios de posgrado en Estrategias de la Comunicación en la Universidad de Lima y una especialización en Producción de Televisión en la Radio Libre de Berlín, Alemania.

Fue DIRCOM de la Oficina General de Comunicaciones del MINEDU. (2017 -2018) Se ha desempeñado como consultor en educación y comunicaciones para diversas instituciones y empresas públicas y privadas.

Ex Gerente de Comunicaciones de DEVIDA, Asesor de la Oficina General de Comunicación Social (OGCS) de la Presidencia del Consejo de Ministros (PCM) y en el Ministerio de Salud MINSA para temas de coyuntura, comunicación estratégica en el ámbito público, campañas de prevención, marketing social y comunicación para el desarrollo.

Ha dirigido, producido y asesorado diversos proyectos comunicacionales, programas de televisión, radio y documentales en los campos de salud pública, la lucha contra las drogas, la promoción de la pequeña y mediana empresa, la educación pública y la problemática social.

Ha sido el Productor General del magazín económico televisivo “Promoviendo” de Frecuencia Latina, “Trato Hecho” también de Frecuencia Latina y del canal digital “Aweita Interactiva” del Grupo La República. Creó también el programa juvenil “Paradero 45” para UNICEF.

Se ha desempeñado como creador, director y profesor de carreras de comunicación en diferentes universidades e institutos en Perú y España. (Universidad Autónoma de Barcelona UAB, Universidad Privada de Ciencias Aplicadas UPC, Universidad de Lima, Universidad Continental, Universidad Privada del Norte UPN, Instituto Toulouse Lautrec.

Ex Presidente del Consejo Consultivo de Radio y Televisión del Perú CONCORTV y Presidente del Comité de Ética de la Sociedad Nacional de Radio y Televisión SNRTV.

Tiene las siguientes publicaciones: Arte y gestión de la producción audiovisual Ed. UPC 2012. Tiene una edición internacional con la Editorial U Colombia 2015. Producción Audiovisual (2 ediciones) con la Editorial de la U. Lima 1998/1999. Comunicación Estratégica (en preparación).

Es actualmente profesor en la Facultad de Comunicaciones de la PUCP y docente en CENTRUM PUCP Business School.





**CENTRUM
PUCP**

**Executive
Education
SURCO**

Duración

8 semanas

Clase/Día

Lunes 22 de febrero

Todos los lunes (frecuencia semanal)

Hora

1era sesión : 19:00 a 20:30

Break : 20:30 a 21:00

2da sesión : 21:00 a 22:30

Modalidad

Online, aula virtual sincrónica (en tiempo real)

Inversión

S/. 1,900

Consulta por nuestros descuentos.

El código de vestimenta a las sesiones de clase es Smart Casual. En ningún caso se podrá ingresar a CENTRUM PUCP o a las instalaciones y/o locales contratados por la escuela en ropa sport o deportiva (shorts, polos, tops, jean, sandalias, entre otros). Cualquier cambio eventual en la programación será comunicado oportunamente. CENTRUM PUCP se reserva el derecho de reprogramar los cursos, certificados, mallas y lugar de dictado.

Informes:

centrum.executivesurco@pucp.edu.pe

www.centrum.pucp.edu.pe

EdEx
Executive Education Programs

CUATRO ACREDITACIONES GLOBALES



DE EXCELENCIA ACADÉMICA



5 PALMES OF
EXCELLENCE

eduniversal

2017 Best Business Schools Ranking



EXECUTIVE EDUCATION
Nº **1** TOP **10**
en el Perú en Latinoamérica
Financial Times 2018