



Curso de Redacción publicitaria: Business storytelling

Precio: 290,00€

DESCRIPCIÓN:

En el curso de narrativa empresarial *Business storytelling* el **alumno aprenderá a utilizar su capacidad narrativa para vender un producto**. El objetivo es crear un **tipo de comunicación corporativa en torno a la marca** que funcione tanto con los clientes como con los proveedores y empleados.

La mejor manera de hacer que la gente se acuerde de algo es **contarles una historia**. Es la manera más eficaz de hacer que el público retenga cualquier mensaje. En *Business storytelling* el alumno activará y entrenará de forma 100% práctica su capacidad narrativa de manera que pueda hacer uso de ella en su vida profesional allanando su camino hacia el éxito.

CONTENIDO:

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN

El alumno tomará contacto con el concepto de *storytelling* y su aplicación en casos reales.

1. ¿Qué es realmente el *storytelling*?
2. ¿Cuál es su poder y para qué sirve el *storytelling*?
3. ¿Quién lo usa?
4. ¿Con qué fines?
5. ¿Por qué funciona?

Ejercicio 1: ¿Cuánto sabes de storytelling?

Ejercicio 2: Delimita el concepto de storytelling

Ejercicio 3: Un caso concreto

UNIDAD DIDÁCTICA 2. STORYTELLING EN DISTINTOS ÁMBITOS

El alumno será capaz de reconocer y analizar la aplicación práctica del *storytelling* en distintos ámbitos, como por ejemplo la política, la justicia, la religión o los medios de comunicación.

1. El caso Nike.
2. El caso Baby Einstein.
3. *Storytelling* en la política y en la guerra.
4. *Storytelling* en la justicia.
5. *Storytelling* en la religión.
6. *Storytelling* en los medios de comunicación.

Ejercicio 1: Reconocer un relato de storytelling

Ejercicio 2: El candidato

UNIDAD DIDÁCTICA 3. STORYTELLING EN EL MUNDO DE LA EMPRESA

Capacitar al alumno para identificar los usos del *storytelling* en el seno de la empresa y del mundo de la publicidad.

1. *Storytelling* en el mundo de la empresa.
2. *Storytelling management*.
3. El *storytelling* como testigo de una nueva dinámica de cambio en la empresa.
4. *Storytelling* en el mundo de la publicidad.

Ejercicio 1: Salvar una venta difícil

Ejercicio 2: Un nuevo producto en el mercado

Ejercicio 3: Tu nuevo producto en el mercado

Ejercicio 4: Una posición incómoda

Ejercicio 5: El storytelling publicitario

Ejercicio 6: Análisis del uso del storytelling en el entorno empresarial

Ejercicio 7: Un relato que venda la marca "yo"

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA SALA DE MÁQUINAS DE LA NARRACIÓN. NARRATIVA BÁSICA

Capacitar al alumno para identificar, mediante el análisis detallado, los elementos y fases de un relato de *storytelling*.

1. Convertir la realidad en historia.
2. La realidad como materia prima de la ficción.
3. ¿Cómo damos forma a la realidad para convertirla en historia?
4. La necesidad: el personaje y su objetivo.
5. Crear el conflicto: introducir barreras.
6. Comienza la historia.
7. ¿Cómo avanza una historia?
8. Linealidad vs. No linealidad.
9. Los actos y los giros.
10. La crisis: toda historia encierra un dilema.
11. El final: sorpresa y necesidad.

Ejercicio 1: Los elementos que componen un relato de storytelling

Ejercicio 2: Ordena las fases del método

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LAS HERRAMIENTAS DEL NARRADOR

Dotar al alumno de una visión amplia y práctica de las herramientas a disposición del *storyteller*.

1. Las tres herramientas principales.
2. El resto de herramientas.
3. El cambio de ritmo y de tono.
4. *Cliffhanger*.
5. La expectativa y la recompensa.
6. El poder de las historias generacionales.
7. El lenguaje corporal.
8. La tristeza.
9. La vulnerabilidad.
10. Metáforas y analogías.
11. Los oxímoron.
12. La óptica.
13. El tono narrativo.

Ejercicio 1: Las herramientas del narrador

Ejercicio 2: Múltiples narradores

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL FORMATO CONDICIONA LA FORMA

Capacitar al alumno para la redacción publicitaria en el entorno web.

1. Formatos. Formatos mixtos.

2. Escribir para la web.

Ejercicio 1: La historia precisa

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EXAMEN FINAL

Repaso general y consolidación de conceptos y sus aplicaciones prácticas.

Ejercicio 1: Salvar una venta difícil

Ejercicio 2: Un nuevo producto en el mercado

Ejercicio 3: Una posición incómoda

Ejercicio 4: Los elementos

Ejercicio 5: El método

Ejercicio 6: Las herramientas

Ejercicio 7: El storytelling publicitario

PROFESORES:

Víctor J. Sanz

CONVOCATORIAS:

| Dónde | Duración | Plazas | |
|---------------|----------|--------|----------------------------|
| Campus online | 3 meses | 12 | Inscríbete |

FORMAS DE PAGO:

Gastos de matriculación, no incluidos en el precio: 30 €

Descuento 30 €: estudiantes, antiguos alumnos, desempleados, menores de 26, miembros de asociaciones relacionadas con el sector editorial o la traducción. Este descuento no es aplicable cuando el curso lo abona una empresa o entidad jurídica.

Grupo
online

ANTES DEL
INICIO

290 €