



Universidad del Desarrollo
Facultad de Comunicaciones

30 AÑOS
Universidad
del Desarrollo

3RA VERSIÓN

CURSO ONLINE

STORYTELLING:

Es tiempo de contar nuevas historias

6

MÓDULOS

El poder del Storytelling

Branded Content

Neuroquímica del Storytelling

Construcción de línea narrativa

Storytelling Organizacional y Político

Cómo crear relatos con sentido



Lifelong Learning UDD
El valor de la formación sin límites

DECIDE
DESARROLLA
IMPACTA


Comisión Nacional
de Acreditación
CNA-Chile

5 Universidad del Desarrollo
ACREDITADA
Noviembre 2016 - Noviembre 2021
- Gestión Institucional
- Docencia de Pregrado
- Vinculación con el medio
INVESTIGACIÓN
AÑOS

¡ES MOMENTO DE CONTAR NUEVAS HISTORIAS!

Los últimos acontecimientos que hemos vivido como sociedad – la crisis social y la pandemia del coronavirus – han hecho que todo cambie, incluido el modo de comunicarnos.

Compañías, líderes, gobiernos, marcas y las mismas personas han comprendido – y tendrán que hacerlo – que los mensajes deben cambiar y cada uno de los relatos tiene la misión de generar un sentido en las personas. Lo único que puede hacer que las personas se adhieran a un mensaje es una historia y la forma en que se cuenta.

Este curso online tiene como por objetivo entregar nuevos lineamientos sobre el Storytelling como herramienta para modificar el comportamiento de las personas a través de relatos con sentido.

MÓDULOS:

1. El poder del Storytelling

Jueves 8 de abril

Un relato no solamente tiene el poder de convencer, sino que también puede buscar la adhesión de las personas y modificar su comportamiento, además de generar sentido. Las personas no se conectan con un dato, más bien son las historias las que las seducen e inspiran.

En esta sesión abordaremos el poder del Storytelling como herramienta de distracción masiva.

Relator: Claudio Seguel

2. Branded Content: Cómo las marcas aprenden a contar sus historias

Jueves 15 de abril

Los títulos casi siempre pueden más que los avisos. La explosión de las narrativas digitales y de las RRSS han abierto la oportunidad para que las empresas desarrollen sus propias formas de contar historias, mucho más allá de la publicidad tradicional. El Marketing de Contenidos y el Branded Content están generando una conversación directa y significativa entre las marcas y sus audiencias. ¿Y cómo lo hacen quienes han apostado por este camino? El “contenido brandeado” no es solo elegir un relato, es también elegir un formato, una plataforma y una estrategia para llegar a la audiencia a la que le queremos hablar.

En este módulo haremos un repaso por la historia del contenido desarrollado para marcas, veremos a través de ejemplos concretos cómo los grandes estudios de Branded Content del mundo están desafiando los esquemas de la publicidad tradicional, y desarrollaremos algunos ejercicios utilizando la metodología del Laboratorio de Contenidos de Marca de La Tercera (www.laboratoriodecontenidos.cl).

Relatores: Alejandro Trujillo
Ignacio Bazán

 **LATERCERA**

3. Neuroquímica del Storytelling

Jueves 22 de abril

Un relato no cuenta nada nuevo, solo cuenta acontecimientos en los que las personas ya están de acuerdo. Por eso, es importante saber cómo es la nueva audiencia, las nuevas motivaciones para así poder conectarnos emocionalmente con ellas, porque un relato no seduce por arte de magia, es química.

En esta sesión se analizará por qué un relato afecta en el comportamiento de las personas.

Relator: Claudio Seguel

4. Construcción de línea narrativa

Jueves 29 de abril

Un relato es una serie de relaciones causales precisas. Gustav Freytag fue uno de los precursores con su arco dramático, creado hace más de 150 años. Sin embargo, no hay una única manera de contar una historia, porque cada relato tiene su propósito.

En esta sesión enseñaremos a construir tu propia línea narrativa en base a estructuras de Storytelling ya establecidas por otros autores a lo largo de la historia.

Relator: Claudio Seguel

5. Storytelling Organizacional y Político

Jueves 6 de mayo

Pasamos del concepto trabajadores o empleados, a colaboradores. Las compañías y empresas deben crear relatos que puedan mover masas y la clave para ellos es identificar el relato que les haga sentido y a líderes que se conviertan en poderosos storytellers y así puedan transmitir el propósito principal de una compañía. ¿Cómo crear una historia alrededor del candidato, de un partido político o incluso de los votantes? No se trata solo de tener una imagen, sino de contar relatos que vayan acorde a la identidad de una persona, porque el candidato que gana una elección es el que conecta su historia con el mayor número de votantes.

En esta sesión hablaremos sobre las maneras de crear un relato organizacional y abordaremos las principales claves para crear un relato político.

Relator: Alberto Pedro López-Hermida

6. Cómo crear relatos con sentido

Jueves 13 de mayo

Un relato debe generar sentido en las personas, solo así ese relato tiene la posibilidad de ser propagado. Para crear ese sentido un relato debe ser simple, empático, atractivo, coherente y preciso, solo así las personas harán suyo ese relato.

En esta sesión entregaremos tips para generar relatos que den confianza y trasciendan en el tiempo, para así potenciar tu estrategia de marketing.

Relator: Claudio Seguel

REQUISITOS DE APROBACIÓN

1. El Curso de Storytelling contempla la entrega de un trabajo que consiste en redactar un breve ensayo narrativo. El trabajo es informado a los estudiantes en el módulo 5 y debe ser entregado al docente máximo una semana después de terminado el curso (jueves 20 de mayo). El estudiante debe aprobar con una nota mínima final de 4,0.
2. Junto con ello, se exige una asistencia mínima del 70%, debiendo cumplir ambas exigencias para aprobar.

RELATORES:



Claudio Seguel

- Magister en Comunicación Estratégica PUC, Chile.
- CEO de Brandstory, consultora y asesora empresarial y educativa para las marcas que crea identidad y relatos corporativos (externos e internos).



Alberto Pedro López-Hermida

- Doctor en Comunicación y Master en Gobierno y Cultura de las Organizaciones U. de Navarra, España.
- Director de Postgrado y Educación Continua, Facultad de Comunicaciones UDD.



Ignacio Bazán

- Editor General, Laboratorio de Contenidos de Marca, La Tercera.



Alejandro Trujillo

- Periodista y licenciado en Comunicaciones Estratégicas U.Chile, Chile.
- Director de Audiencias y Estrategia Digital en Grupo Copesa.

FECHAS: Jueves 8, 15, 22 y 29 de abril y Jueves 6 y 13 de mayo 2021.

HORARIO: De 18:30 a 20:00 hrs. (Hora Chile).

DURACIÓN: 9 Horas Totales.

CONTACTO: +56 2 2578 3463 | postgradocomunicaciones@udd.cl

VALOR PROGRAMA: \$190.000

DESCUENTOS:

20% Alumni UDD Postgrado y Pregrado. | 20% descuento para suscriptores La Tercera. | Descuentos especiales para grupos de empresas.

La Universidad se reserva el derecho a dictar el programa si no existe el mínimo de participantes requeridos.

**DECIDE
DESARROLLA
IMPACTA**

LifelongLearning UDD
El valor de la formación sin límites

**Comisión Nacional
de Acreditación
CNA-Chile**

5 Universidad del Desarrollo
ACREDITADA
2011 - 2021
INVESTIGACIÓN
AÑOS