



DIPLOMADO EN

COMMUNITY MANAGEMENT

Mención en: UX Writing e Influencia Digital

Programación

MÓDULO 2 ◀

Storytelling Avanzado
Potenciado Por IA

40 horas
académicas



Horario:
18h30 a 20h00





1. DATOS INFORMATIVOS

MÓDULO 2 – Storytelling Avanzado Potenciado Por IA

Docente: Rômulo Lopes Torres

2. OBJETIVO GENERAL

Aprender, desarrollar y poner en práctica habilidades y competencias narrativas para generar historias y aplicarlas a las más distintas aplicaciones, desde la vida personal hasta los negocios.

3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Estudiar modelos de guiones narrativos para diferentes aplicaciones;
- Conocer los elementos necesarios para la creación de narrativas;
- Estudiar y discutir casos de aplicación de técnicas de storytelling en diferentes formatos y diferentes ramas;
- Crear una narrativa y presentarla utilizando las técnicas trabajadas en aula.

4. JUSTIFICACIÓN

En el dilema entre tiempo o dinero, es la atención la que gana como el bien más valioso en nuestros días actuales. Asimismo, para alcanzar esta commodity tan preciosa en la comunicación, necesitamos presentar narrativas muy convincentes que aporten sentido a los hechos, datos, tablas, números. Pero las personas no quieren tan sólo más historias, sino las mejores y más emocionantes historias. De esa forma, cuando hablamos de Storytelling, estamos hablando acerca de incrementar el valor de las historias, no el volumen de narrativas.



De esa forma aprender cómo retener la atención de tu público con las técnicas de Storytelling aplicadas a diversas ramas se hace muy importante. Una vez que eso permitirá compartir conocimientos entre los colaboradores, enseñar a los consumidores acerca de los beneficios de productos o servicios a través de buenas historias. Además de genera conexiones entre colaboradores, consumidores para crear comunidades de fans de una marca.

Este curso también ofrece la oportunidad de conocer e interactuar con las técnicas de Storytelling más aplicadas al periodismo, a la política, al turismo, al diseño, al entretenimiento y al mundo de los negocios (multinacionales, empresas B2B, startups) y mucho más.

Letrada Educación Continua se ha consolidado en la sociedad ecuatoriana por la calidad de su oferta académica y por contar con profesionales altamente capacitados que garantizan una formación de excelencia. Como parte de nuestro compromiso con la comunidad, ofrecemos cursos de capacitación y perfeccionamiento sobre temáticas actuales para docentes, estudiantes y público en general.

En esta ocasión presentamos el curso STORYTELLING AVANZADO. El cual está dirigido a todos que deseen profundizarse en los nuevos paradigmas de la comunicación y comprender más sobre las herramientas y la lógica de la producción de contenido para empresas, marcas y personas.

5. CONTENIDOS DEL CURSO

Clase	Hora	Tema	Subtema	Detalle de actividades de aprendizaje y evaluación
1	1h30	Presentación del curso	Introducción El lugar de las Historias Algunos conceptos	Presentación y Discusiones teóricas con el grande grupo
2	1h30	Introducción al Storytelling	Historias VS Productos de Historias Respetando nuestra naturaleza Historias Salvadoras!	Discusiones teóricas; Vocabulario del Storytelling!
3	1h30	Introducción al Storytelling	Objetivos de las Historias	TAREA 1 – discusión Cuadro comparativo historias en el pasado VS historias
4	1h30	Introducción al Storytelling	Ética en Storytelling	TAREA 1 – discusión Discusiones con el grande grupo.
5	1h30	Storytelling en la Práctica: Organizando nuestra Historia	Mensaje Principal Protagonista Impactos en la vida del Protagonista	TAREA 2 – discusión Discusiones teóricas. Análisis piezas Disney Pixar



6	1h30	Storytelling en la Práctica: Organizando nuestra Historia	Tipos de Historias Historias de Orígenes: objetivos/ protagonistas/ entretenimiento	TAREA 2 – discusión Discusiones teóricas.
7	1h30	Storytelling en la Práctica: Organizando nuestra Historia	Historias de Orígenes Estudio de guiones: MODELO 'PIXAR'	TAREA 2 – discusión. Discusiones teóricas. Análisis de piezas: J&B/ CUSI.
8	1h30	Storytelling en la Práctica: Organizando nuestra Historia	Historias de Relación Marca – Usuario: objetivos/ protagonistas/ entretenimiento	TAREA 2 – discusión Discusiones teóricas.
9	1h30	Storytelling en la Práctica: Organizando nuestra Historia STORYTELLING CON IA	Historias de Relación Marca – Usuario Estudio de guiones: MODELO 'SB7 FRAME' Potencia tus Historias con el Chat GPT	TAREA 2 – discusión. Discusiones teóricas. Análisis de piezas: IKEA/ Letrada.
10	1h30	Innovación en Storytelling	Esencia comunicativa ¡Atención! STORYTELLING MAYÚSCULO: Elementos/ Goals	TAREA 2 – discusión Discusiones teóricas.
11	1h30	Beneficios del Storytelling	Beneficios a la vida Beneficios específicos Beneficios corporativos	TAREA 2 – discusión Discusiones teóricas.
12	1h30	Storytelling Aplicado a los NEGOCIOS	Técnica 'Caballo de Troya' Análisis del estudio 'Significant Objects'	TAREA 2 – discusión Análisis del Estudio 'Significant Objects' (GLENN & WALKER, 2012)
13	1h30	Narrativas Digitales	Storytelling en las RRSS Análisis de casos..	TAREA 2 – discusión Discusión teórica Orientaciones para la realización

6. DIRIGIDO A:

Todos los profesionales que actúan con marcas y que estén interesados en participar de esa nueva fase de la Comunicación y del Marketing. Profesionales publicistas y del mercadeo, emprendedores, periodistas, productores de contenido y estudiantes. Comunicadores, profesores del área de la comunicación, gestores de contenidos, blogueros. Además de las personas que deseen profundizar en los nuevos paradigmas y comprender más sobre las herramientas y la lógica del contenido para marcas.



7. METODOLOGÍA

En nuestra academia, adoptamos una metodología de enseñanza totalmente centrada en la era digital, con un enfoque progresista, humanista, socio-interaccional y de empoderamiento de personas. Cada aspecto de nuestro curso está meticulosamente diseñado para capacitar a los estudiantes en sus respectivas áreas de trabajo, ofreciéndoles una formación en marketing digital basada en evidencia y respaldada por fuentes académicas de alta calidad. Reconocemos la importancia de mantenernos actualizados en un mundo en constante evolución, por lo que revisamos mensualmente nuestro contenido y metodología para ofrecer a nuestros alumnos las últimas informaciones y actualizaciones, incluyendo los avances en inteligencia artificial y otras tecnologías relevantes. Además, implementamos un modelo colaborativo y de análisis de situaciones reales, donde los alumnos participan activamente compartiendo su conocimiento y analizando casos contemporáneos para enriquecer su aprendizaje. Nuestra metodología de enseñanza se basa en el respeto y la confianza en nuestros alumnos. Creemos en su capacidad para aprender y crecer, y fomentamos un ambiente en el que puedan desarrollar todo su potencial de manera efectiva y significativa.

8. DURACIÓN

Cada uno de los módulos tiene una duración de 20 horas dedicadas a actividades síncronas y 5 horas dedicadas a actividades asíncronas, 25 horas en total por módulo.

9. FECHA

Fechas definidas por cronograma

10. HORARIO DE CLASES

De lunes a jueves de 19h a 20h – 13 clases de 1h30 o variantes que se puede aplicar: 20 clases de una hora.

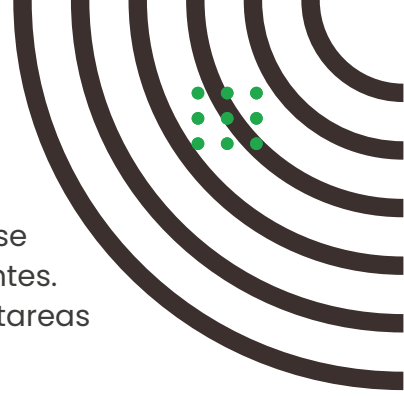
11. LUGAR

Plataforma Zoom o cualquier plataforma digital de web conferencia adecuada y recomendada por Letrada Educación Continua.

12. EVALUACIÓN

Al término del curso se entregará un certificado con el aval de Letrada Educación Continua.

De asistencia: con una asistencia mínima del 80% promedio en el cumplimiento de los trabajos y en la actividad final.



Consideramos y validamos participación y presencia proactiva cuando se trata de alumnos que están en otros países, y tiene fusos horarios diferentes. Pueden acceder por la plataforma, registrar presencia y cumplir con las tareas que son solicitadas.

Lo mismo lo hacemos con alumnos que tienen que trabajar en el horario nocturno y quieren estudiar en línea.

De aprobación: una nota igual o superior al 70% de promedio en el cumplimiento de los trabajos y en la actividad final.

13. EL CURSO INCLUYE:

Material digital para la realización de las lecturas y actividades del curso. Libros y e-books. Grabaciones de las sesiones disponibles por 15 días en el entorno virtual de aprendizaje - plataforma Letrada EAD y enlace para descarga de las sesiones grabadas disponibles por 3 días. Soporte y tutorías personalizadas cuando necesario.

14. BIBLIOGRAFIA

Bibliografía básica:

- HARARI, Yuval Noah. 21 lecciones para el siglo XXI. Bogotá: Debate, 2018.
- LAMARRE, Guillaume. Storytelling como estrategia de comunicación. Editorial Gustavo Gili, 2019
- MATTHEWS, Ryan; WACKER, Watts. What's Your Story? Storytelling to Move Markets, Audiences, People, and Brands. New Jersey: Pearson Education, 2008.
- MILLER, Donald. Building a Storybrand: Clarify your message so costumers will listen. Nashville: HarperCollins Leadership; 2017. 193p.
- ORERO, Diana. Todo cuenta. Letrame, 2019.
- PALACIOS, Fernando & TEREZZO, Martha. O Guia Completo do Storytelling. Rio de Janeiro: Alta Books Editora, 2016.
- PINKER, Steven. La tabla rasa - La negación moderna de la naturaleza humana. Barcelona: Paidós, 2018.
- PUCHNER, Martin. El poder de las historias. Crítica, 2019.
- SALMON, Christian. La era del enfrentamiento. Del storytelling a la ausencia de relato. Península, 2020.
- VILARROYA, Óscar. Somos lo que nos contamos. Ariel, 2019.

Bibliografía referencial: CHARREAU, Marion.; JOHNSON, Jenifer L. Piensa y comunica tus ideas con The Storyboard Method. Conecta, 2019. DANGEL, Stéphane. Storytelling práctico para mejorar tu comunicación. Madri: Amat Editorial, 2018. LUPTON, Ellen. El diseño como storytelling. Editorial Gustavo Gili, 2019. MILLER, Donald. Cómo construir un storyboard. Empresa Activa, 2018. PALACIOS, Fernando R. A Contextualização Criativa de Histórias Como Fator de Sucesso no Planejamento De Campanhas de Comunicação. Universidade de São Paulo (USP), 2007.



SADOWSKY, John; ROCHE, Loïch. Las siete reglas del Storytelling. Granica, 2014.

TERENZZO, Martha. Comunicação, Consumo e Juventude. Deutschland: Novas Edições Acadêmicas, 2014.

WOLF, Michael. The Entertainment Economy: How Mega-Media Forces Are Transforming Our Lives. Random House LLC. 2010.

Lista de vídeos utilizados en el curso:

1. Turismo:

1.1. All you need is Ecuador <https://www.youtube.com/watch?v=sqIKC6NHcDw>

1.2. Colombia Realismo Mágico <https://www.youtube.com/watch?v=0njQwjb3GaE>

1.3. Perú 2032 <https://www.youtube.com/watch?v=42AXjcP-B2U>

2. Periodismo:

2.1. The Guardian - Three little pigs <https://www.youtube.com/watch?v=ozbtDhvNqZM>

3. Design/Diseño:

3.1. Stefan Sagmeister - You are not a storyteller <https://www.youtube.com/watch?v=UikIViau1Nk>

3.2. Abstract - Art of design <https://www.youtube.com/watch?v=XUwBtIWDGP8>

4. Política:

4.1. Ministro Obras Públicas de Bolivia - Thanos VS Avengers https://www.youtube.com/watch?v=hZP5tez0W_c

4.2. BuzzFeed - Things everybody does but does not talk about <https://www.youtube.com/watch?v=HtBhM2wo2BQ>

5. Negocios:

5.1. B2B

5.1.1. Epuron - Mr. W

<https://www.youtube.com/watch?v=zYZs2nPdBuU>

5.2. Acciones de Mkt

5.2.1. John Lewis Christmas advert 2018 ft Elton John

<https://www.youtube.com/watch?v=DSheAPKV0EU>

5.2.2. Xfinity - A holiday reunion

<https://www.youtube.com/watch?v=Pdgk3ERKdug>

5.2.3. P&G - Thank you Mama 2012

<https://www.youtube.com/watch?v=0ruHOaHrGnQ>

5.2.4. BMW - Serie The Hire - Ep. Star

<https://www.youtube.com/watch?v=3CF0cYYcBso>

5.2.5. Prevent gun violence - Guns with history

<https://www.youtube.com/watch?v=1nAfWfF4TjM>

15. INSTRUCTORA RESPONSABLE

Rômulo Lopes Torres – BRASIL

Storyteller profesional. Productor de contenidos para sitios web, e-commerces, portales, blogs y redes sociales.

Redactor publicista. Editor de libros. Co-founder Letrada Communication – Brasil.

Licenciado en Letras – Lingüística, idiomas y literaturas – por la Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)

– Porto Alegre/Brasil. Especialista en Formación y Gestión de la Educación a Distancia por la Universidade Paulista (UNIP) – São Paulo/Brasil.