

	DISEÑO MICROCURRICULAR	Código: FT-FCO-002
		Versión: 01
		Edición: 24/Abr/2017

1. INFORMACIÓN GENERAL	
Nombre Programa:	Curso Básico de Storytelling
Tipo de Programa:	Curso
Facultad Articulada:	Comunicación
Programa Articulado:	Comunicación y Relaciones Corporativas, Comunicación Gráfica Publicitaria, Comunicación y Lenguajes Audiovisuales, Comunicación y Entretenimiento Digital
Duración:	40 horas
Público Objetivo: Estudiantes, egresados y profesionales del ámbito de la comunicación	
<p>Justificación:</p> <p>Una de las necesidades actuales de las organizaciones se concentra en la importancia del ejercicio de la comunicación como eje transversal del relacionamiento con los públicos, la generación de reputación corporativa, la adecuada gestión de sus procesos informacionales y de la cultura como un diferenciador; además, es importante el desarrollo de habilidades de comunicación en la alta dirección y a todo nivel que permitan la implementación de acciones y estrategias de comunicación en las organizaciones y la construcción de un mensaje institucional coherente con la plataforma estratégica. Por lo tanto gestionar las comunicaciones de manera adecuada se convierte en un generador de resultados, de empleados motivados y alineados con la estrategia de la empresa, que se evidencia en las actuaciones del día a día de la misma y que de alguna manera minimiza el impacto negativo ante las situaciones coyunturales de crisis, las cuales son generadoras de cambio que requieren atención y un manejo adecuado y estratégico que posibilite una respuesta oportuna de las propias organizaciones.</p> <p>Este curso brindará el conocimiento de las tendencias actuales en temas de narrativa y storytelling que se justifican en los ámbitos organizacionales por la importancia de dinamizar los espacios de comunicación internos y externos, la necesidad de construir un mensaje que ayude a “vender” la organización, una perspectiva de comunicación estratégica y la respuesta a las exigencias de los públicos.</p>	
<p>Objetivo General:</p> <p>Identificar los conceptos básicos de la narrativa y el storytelling, así como su importancia en la construcción de un mensaje institucional que impacte en los públicos de la organización de manera positiva y propicia reputación.</p>	

Objetivos Específicos:

- Reconocer los principios de la narrativa y el storytelling desde la perspectiva estratégica para las organizaciones.
- Promover la construcción de un mensaje institucional que responda a las necesidades de los públicos internos y externos.
- Estudiar la importancia del storytelling para la formulación de historias coherentes de la organización que generen una reputación aceptable para la empresa.

Competencias:

Competencia estratégica: en el contexto de la gestión de la cultura organizacional y la comunicación. Esta competencia compromete sistemas de conocimientos gerenciales, administrativos, corporativos y de contexto, así como actitudes, aptitudes y habilidades para diagnosticar, pronosticar, planificar, intervenir, evaluar y proponer soluciones en las organizaciones.

Competencia comunicativa: se entiende como el conocimiento y manejo de las estrategias de comunicación directa y mediatizada que permitan la interpretación y producción de mensajes (orales, escritos y audiovisuales) en la organización.

Competencia investigativa: compromete la observación, el análisis, la sensibilidad social, la crítica, la creatividad y la capacidad para plantear y resolver problemas.

Competencia Interpretativa: se entiende como la capacidad para descifrar, traducir o dilucidar informaciones que ofrece una “situación ” para poder significarlas, comprenderlas y, además, ponerlas en relación para encontrar el sentido y proponer alternativas coherentes y pertinentes que aporten valor.

Competencia Creativa: entendida como la capacidad de generar nuevas ideas que ofrezcan soluciones originales e innovadoras a problemas de comunicación.

Conocimientos Previos Requeridos:

Conocimientos básicos sobre las organizaciones (funcionamiento, modelos administrativos, etc.)

2. ESTRUCTURA

Módulos	Temas y Subtemas	Intensidad Horaria
Bases de la Narrativa	- Estructura de tres actos - Idea y tema - Arquetipos de Personajes - Camino del héroe	8 horas
Camino Creativo de la Narrativa	- Caminos Creativos: racionales, emocionales y proactivos	4 horas
Storytelling Hacia Adentro	- Endomarketing - Identificación de grupos de interés - Identidad	8 horas

Storytelling Hacia Afuera	<ul style="list-style-type: none"> - Posicionamiento - Reputación - Imagen 	12 horas
Transmedia	<ul style="list-style-type: none"> - Universo narrativo - User´s Journey - Plataformas - Espacios de Interacción 	8 horas
3. METODOLOGÍA		
<p>Estrategias didácticas:</p> <p>Se propone un curso teórico-práctico bajo metodología de la participación activa para entender los conceptos, mediante el análisis y entendimiento de los fundamentos teóricos y su injerencia directa en la organización.</p> <p>Se realizarán análisis de casos empresariales en el que los participantes tendrán la posibilidad de analizar la aplicación de los contenidos a manera práctica.</p>		
4. CONFERENCIANTES		
Docentes de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Medellín		