

Storytelling de Marcas y Personas en el Mundo Digital

DIRECCIÓN ACADÉMICA:
Yael Romano y Juan Ramiro Fernández

PROGRAMA
ABIERTO

DURACIÓN
1 MES

CURSADA
LUNES Y MIÉRCOLES
DE 19 A 21H

MODALIDAD
ONLINE



Los mejores proyectos pueden fracasar si no sabemos cómo presentarlos. Las más maravillosas ideas pueden ser desoídas si no tenemos la habilidad de saber transmitirlos. Incluso, una marca puede pasar desapercibida si no logramos transmitir su valor. Hacer uso de un buen storytelling, aplicado a marcas y personas, hoy es determinante para alcanzar nuestros objetivos.

¡Liderar una conversación es algo que todos podemos lograr! Te esperamos con muchas ganas de compartir las mejores herramientas para que puedas hacerlo.

Storytelling de Marcas y Personas en el Mundo Digital

PLAN DE ESTUDIOS

MÓDULO 1 | STORYTELLING Y LAS 3 DIMENSIONES DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL

- › Qué es *storytelling*. El experimento Heder-Simmel. Elementos del *storytelling*. Oxitocina. *Wow the client*. Elementos del *storytelling* corporativo. Los mensajes hiperfragmentados en redes sociales.
- › Empatía corporativa y comunicación digital. *Digital persona*. El cliente identificable. ¿Cómo lo hace Google?
- › El caso Simple Bank. Todos pueden crear. El desafío de la autolobotomía. Ejemplos de *storytelling* efectivo: Johnnie Walker. Always: #likeagirl. Expedia: wedding.
- › Las tres dimensiones.
 - › La dimensión personal. Narrativa: qué quiero decir. Cómo voy a decirlo. Por qué va a ser recordable.
 - › La dimensión del entorno. Hacer un *pitch* de ventas desde el living de casa plantea desafíos completamente diferentes al de estar en la sala de directorio de una gran corporación.
 - › La dimensión de la audiencia. ¿Cómo captó su atención?
- › Jerome Brumer y el modo de pensamiento narrativo.
- › Matriz de análisis de *storytelling* táctico vs. estratégico.
- › El relato como algoritmo.
- › *Storythinking* y elementos de la historia. Errores y aciertos.
- › *Content persona*. Determinación de la voz de mi marca. Equipo y calendarios editoriales.
- › Economía de la atención en tiempos pandémicos: Alf vs. Billions.
- › Elementos constantes y cambiantes a la hora de construir *storytelling*.

MÓDULO 2 | COMUNICACIÓN EFECTIVA, ¿CÓMO LA LOGRAMOS?

- › La comunicación es nuestra matriz básica en la que interactuamos permanente. A veces invisible (porque funciona genial) y otras no tanto. Hay con quienes fluye en forma espontánea y también con quienes parece que hablaríamos en otro idioma.
- › ¿Cómo es posible que seamos tan capaces de conversar efectivamente con algunos y con otros no? Y si no puedo conversar, ¿cómo hago para influir en el otro y cumplir nuestras metas? Es entonces que se vuelve clave el aprender a escuchar y el aprender a generar empatía. En este mundo de hiperconexión tecnológica, la conexión humana se vuelve un punto central.
- › Por eso, en este módulo recorreremos los elementos clave que componen una comunicación efectiva, virtual y presencial, para ayudarnos a desplegar conversaciones expansivas. Aprenderemos a escuchar y a sostener conversaciones difíciles. Pero como todo recorrido, si queremos llegar lejos necesitamos saber internamente qué nos pasa adentro. Si estás dispuesto a hacer este viaje desde adentro hacia afuera, ¡entonces este espacio es para vos!

MÓDULO 3 | LOS ASPECTOS TÉCNICOS DE LA NARRATIVA REMOTA

- › Comunicar, ya sea un speech de ventas, una clase o una presentación corporativa de manera remota, demanda una nueva serie de habilidades que son una combinación de aspectos técnicos (luz, cámara, entorno) con aspectos performativos (lograr la atención intermediada).
- › En este módulo aprenderemos, de manera práctica, a presentar remotamente, mancomunando todos los conceptos vistos anteriormente, logrando que nuestras intervenciones vayan “más allá del Zoom”.

MARKETING Y VENTAS

METODOLOGÍA

Fuertemente práctico, este programa alternará en partes iguales clases teóricas con prácticas, haciendo énfasis en la comunicación personal como la de las marcas y empresas.

AUDIENCIA

Todo aquel que lidere reuniones, presentaciones o que tenga que hacer un *pitch* virtual y quiera mejorar sus habilidades de persuasión, comunicación y presentación. Todo aquel que quiera liderar conversaciones que lo lleven a concretar sus propósitos y metas.

CUERPO DE PROFESORES

Yael Romano. MBA, UTDT. Licenciada en Relaciones del Trabajo, UBA. Gerente de Educación Ejecutiva en la Escuela de Negocios UTDT. Coach de la Escuela de Newfield Argentina. Dicta regularmente cursos sobre Comunicación, Storytelling, Oratoria, Gestión de las Personas, y Clima y Cultura. Se desempeñó como consultora *senior* de capacitación y desarrollo en Ernst & Young.

Juan Ramiro Fernández. Doctor (c) en Sociología, UCA. Periodista y consultor especializado en Storytelling. Cofundador de Youniversal y Lectoramas. Se desempeñó como gerente de Contenidos en Telefónica de Argentina, director de Desarrollo de Negocios para el área de New Media de Discovery Networks Latin America, y director *senior* de Medios Digitales de Viacom International Media Networks.

Informes



☎ (+54 911) 3919 0747

☎ (+54 11) 5169 7342 / 7355

✉ admisiones_negocios@utdt.edu