

DE STORYTELLING A STORYDOING ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y VENTAS (60 HORAS)	
<p><b>DESCRIPCIÓN:</b> Curso de 60 horas orientado a aprender técnicas, herramientas y habilidades para poder crear una historia dirigida a aumentar las ventas.</p> <p><b>OBJETIVOS:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Conocer la definición, el origen y los componentes fundamentales del Storytelling como técnica de comunicación</li> <li>2. Identificar y entender los principios básicos y las características de las narraciones lineales, no lineales y circulares en el contexto del Storytelling</li> <li>3. Familiarizarse con fórmulas diversas del Storytelling y el Storydoing.</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>CONTENIDOS:</b></p> <p><b>Módulo 1: El concepto de Storytelling</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definición y origen del storytelling</li> <li>• Elementos fundamentales</li> </ul> <p><b>Módulo 2: Tipos de narración</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Principios básicos</li> <li>• Lineal</li> <li>• No lineal</li> <li>• Circular</li> </ul> <p><b>Módulo 3: Fórmulas para crear un Storytelling</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El círculo de oro</li> <li>• Los arquetipos de marca</li> <li>• El camino del héroe</li> <li>• Ethos, pathos y logos</li> <li>• ¿Qué metodología utilizar para crear un Storytelling?</li> </ul> <p><b>Módulo 4: Del Storytelling al Storydoing</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ventajas del Storytelling frente al Storydoing</li> <li>• Claves del Storydoing</li> <li>• Los prescriptores de una marca</li> <li>• Transmedia Storytelling</li> </ul>