



SERCA
INSTITUTO
DE ALTOS ESTUDIOS
ESPECIALIZADOS

CURSO ONLINE EN STORYTELLING CORPORATIVO: NARRATIVA DE MARCA Y CONEXIÓN EMOCIONAL CON EL CLIENTE



FORMACIÓN PERMANENTE



WWW.INSTITUTOSERCA.COM



Acerca de **Instituto Serca**

Instituto Serca es un centro especializado en Formación de Postgrado: Másteres, Dobles Títulos de Máster, Especialistas y Expertos Universitarios, así como Cursos Homologados por Universidades. Se caracteriza por no centrarse en la formación de expedientes, sino de personas, cuyo aprendizaje dará sentido a su experiencia.

Los Másteres, Especialistas, Expertos Universitarios y Cursos que impartimos desde Instituto SERCA, cuentan con todas las garantías y exigencias de calidad, lo que hace posible que la titulación obtenida por nuestros alumnos/as sean Títulos expedidos por prestigiosas universidades.



Metodología de Estudio

- ✓ **Campus Virtual Avanzado:** Experiencia de estudio individualizada, intuitiva e interactiva.
- ✓ **Tutorización Permanente:** Nuestro equipo docente estará a disposición del alumnado desde su matriculación hasta la finalización de todo el proceso formativo.
- ✓ **Clases en vídeo y en audio:** Cada programa formativo dispone de clases en vídeo y audios específicos por materia, para reforzar el contenido teórico.
- ✓ **Metodología E-Learning:** Modalidad 100% online adaptada a las necesidades del alumnado.
- ✓ **Evaluación:** Planteamiento de casos y actividades dirigidas a la valoración competencial del programa formativo.
- ✓ **Profesorado Especializado:** Contamos con un claustro de profesores especializado que realizará un seguimiento personalizado del aprendizaje.
- ✓ **Biblioteca Digital:** A través de nuestra innovadora plataforma digital, el alumnado podrá acceder a un amplio catálogo de libros, revistas, obras de investigación y tesis doctorales.
- ✓ **Descarga automática de certificados y actualización de notas permanente.**
- ✓ **Notificaciones en tiempo real sobre el estado y evolución del estudio.**





Campus **Virtual**

- ✓ Clases en vídeo de cada materia
- ✓ Tutorías de seguimiento en directo mensuales
- ✓ Herramientas de interacción y seguimiento: tutorización permanente, foro, emails, etc.
- ✓ Consulta directa del expediente académico
- ✓ Descarga de certificados
- ✓ ¡Y mucho más!...

Presentación del Programa

Especialízate con el Curso de Storytelling Corporativo: Narrativa de Marca y Conexión Emocional con el Cliente de Instituto Serca. En un entorno donde las marcas compiten por captar la atención del público, dominar el arte de contar historias se ha convertido en una competencia estratégica imprescindible para cualquier profesional de la comunicación y el marketing.

A lo largo de esta formación abordarás los fundamentos de la comunicación narrativa, las bases psicológicas de la emoción aplicadas al comportamiento del consumidor y la construcción de universos narrativos corporativos. Profundizarás en arquetipos, estructuras retóricas, storytelling visual y multimedia, así como en estrategias avanzadas de engagement y conexión emocional con el cliente.

Además, trabajarás la medición del impacto narrativo, el storytelling interno orientado a la cultura organizacional y el diseño integral de un plan de storytelling corporativo. Al finalizar, contarás con las herramientas necesarias para crear narrativas de marca auténticas, coherentes y emocionalmente efectivas, fortaleciendo tu perfil profesional en un sector en constante evolución.



Duración: 150 horas



Créditos: 6 Créditos ECTS



Metodología: Online



Matriculación: Permanente

Programa Académico

- ✓ Comprender los fundamentos del storytelling corporativo, identificando sus principios y evolución histórica.
- ✓ Analizar las bases psicológicas de la emoción, relacionándolas con el comportamiento del consumidor.
- ✓ Definir la identidad narrativa de marca, construyendo su universo simbólico y emocional.
- ✓ Dominar arquetipos y estructuras narrativas, aplicándolos al diseño de relatos corporativos.
- ✓ Diseñar estrategias narrativas de marca, integrándolas en el plan de comunicación global.
- ✓ Diferenciar canales, formatos y técnicas multimedia, adaptando el storytelling a entornos multiplataforma.
- ✓ Desarrollar estrategias de conexión emocional y storytelling interno, fomentando el engagement organizacional.
- ✓ Elaborar un plan integral de storytelling corporativo, evaluando su impacto mediante indicadores específicos.



1: FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN NARRATIVA Y EL STORYTELLING CORPORATIVO

- 1.1. Concepto y evolución histórica del storytelling como herramienta comunicativa
- 1.2. Diferencias entre comunicación informativa, persuasiva y narrativa en el ámbito empresarial
- 1.3. Principios fundamentales del storytelling aplicado a las organizaciones
- 1.4. El papel del storytelling en la estrategia de comunicación corporativa actual
- 1.5. Marco conceptual: relación entre storytelling, branding y marketing de contenidos
- 1.6. Tendencias emergentes y futuro del storytelling en el entorno corporativo

2: BASES PSICOLÓGICAS DE LA EMOCIÓN Y SU INFLUENCIA EN EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

- 2.1. Neurociencia de las emociones: cómo el cerebro procesa las narrativas
- 2.2. Teorías psicológicas de la emoción aplicadas al marketing y la comunicación
- 2.3. El proceso de toma de decisiones emocionales en el consumo
- 2.4. Construcción de la memoria emocional y su impacto en la fidelización de clientes
- 2.5. Empatía, identificación y transporte narrativo como mecanismos de conexión
- 2.6. Aplicación de insights psicológicos al diseño de narrativas corporativas efectivas



3: IDENTIDAD DE MARCA Y CONSTRUCCIÓN DEL UNIVERSO NARRATIVO CORPORATIVO

- 3.1. Componentes esenciales de la identidad de marca orientados a la narrativa
- 3.2. El concepto de universo narrativo de marca: definición, alcance y dimensiones
- 3.3. Definición de la voz, el tono y el estilo narrativo de la marca
- 3.4. Construcción del territorio simbólico y emocional de la marca
- 3.5. El manifiesto de marca como declaración narrativa fundacional
- 3.6. Alineación entre identidad corporativa, cultura organizacional y relato de marca
- 3.7. Auditoría narrativa: diagnóstico del estado actual de la narrativa de marca

4: ARQUETIPOS, ESTRUCTURAS NARRATIVAS Y RECURSOS RETÓRICOS APLICADOS AL STORYTELLING DE MARCA

- 4.1. Los doce arquetipos de marca de Jung y su aplicación al storytelling corporativo
- 4.2. Estructuras narrativas clásicas adaptadas a la comunicación corporativa
- 4.3. Personajes, conflicto y resolución en las historias corporativas
- 4.4. Recursos retóricos y figuras literarias al servicio del storytelling de marca
- 4.5. Diseño de arcos narrativos de marca a corto, medio y largo plazo



5: DISEÑO ESTRATÉGICO DE LA NARRATIVA DE MARCA: PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO

- 5.1. El proceso de planificación estratégica del storytelling corporativo
- 5.2. Investigación y análisis de audiencias para la personalización narrativa
- 5.3. El brief narrativo: estructura y función como herramienta de planificación del storytelling
- 5.4. Desarrollo del story map corporativo: la cartografía narrativa de la marca
- 5.5. Creación y gestión del banco de historias corporativas como activo estratégico
- 5.6. Integración del storytelling en el plan de comunicación y marketing global

6: CANALES, FORMATOS Y PLATAFORMAS PARA LA DIFUSIÓN DEL STORYTELLING CORPORATIVO

- 6.1. Ecosistema multicanal y criterios de selección de canales narrativos
- 6.2. Storytelling en redes sociales: adaptación narrativa a cada plataforma
- 6.3. Storytelling en el sitio web corporativo y plataformas digitales propias
- 6.4. Storytelling a través de email marketing y canales de comunicación directa
- 6.5. Storytelling en eventos, presentaciones corporativas y experiencias presenciales
- 6.6. Narrativa transmedia: construcción de universos narrativos multiplataforma



7: STORYTELLING VISUAL Y MULTIMEDIA: TÉCNICAS AVANZADAS DE PRODUCCIÓN NARRATIVA

- 7.1. Fundamentos del storytelling visual en la comunicación corporativa
- 7.2. Fotografía corporativa narrativa: más allá del registro documental
- 7.3. Vídeo storytelling: producción audiovisual para narrativas de marca
- 7.4. Infografías narrativas y visualización de datos con enfoque de storytelling
- 7.5. Podcast corporativo y storytelling sonoro como canal de conexión emocional
- 7.6. Tecnologías emergentes aplicadas al storytelling de marca

8: CONEXIÓN EMOCIONAL CON EL CLIENTE: ESTRATEGIAS AVANZADAS DE ENGAGEMENT NARRATIVO

- 8.1. El concepto de brand love y su relación con la narrativa emocional de marca
- 8.2. Co-creación narrativa: el cliente como coautor de la historia de marca
- 8.3. Storytelling y comunidades de marca: construcción de sentido de pertenencia
- 8.4. Personalización narrativa: historias adaptadas al perfil individual del cliente
- 8.5. Storytelling y experiencia de cliente: integración narrativa en cada punto de contacto
- 8.6. Gestión narrativa de crisis: protección y recuperación de la conexión emocional



9: STORYTELLING INTERNO: CULTURA CORPORATIVA, LIDERAZGO Y COMPROMISO DEL EMPLEADO

- 9.1. El papel del storytelling en la comunicación interna y la cultura organizacional
- 9.2. Liderazgo narrativo: el storytelling como competencia directiva esencial
- 9.3. Employee advocacy: los empleados como narradores legítimos de la historia de marca
- 9.4. Storytelling en procesos de atracción y fidelización del talento
- 9.5. Alineación estratégica entre la narrativa interna y la narrativa externa de la organización

10: MEDICIÓN, ANÁLISIS Y OPTIMIZACIÓN DEL IMPACTO NARRATIVO EN LA MARCA

- 10.1. Marcos de medición para evaluar la efectividad del storytelling corporativo
- 10.2. Herramientas y metodologías de investigación para evaluar narrativas de marca
- 10.3. Analítica digital aplicada a la medición del storytelling en entornos online
- 10.4. Pruebas A/B y experimentación narrativa para la optimización continua de los relatos
- 10.5. Elaboración de informes de rendimiento narrativo y toma de decisiones basada en datos
- 10.6. Modelos de atribución y cálculo del retorno de inversión del storytelling corporativo



11: CASOS DE ÉXITO Y ANÁLISIS CRÍTICO DE MEJORES PRÁCTICAS EN STORYTELLING CORPORATIVO

- 11.1. Metodología de análisis y evaluación de casos de storytelling corporativo
- 11.2. Casos de referencia en storytelling de grandes marcas internacionales
- 11.3. Storytelling en pequeñas y medianas empresas: estrategias de alto impacto con recursos limitados
- 11.4. Storytelling corporativo en el sector social, ONG y marcas con propósito transformador
- 11.5. Errores frecuentes y fracasos narrativos: análisis crítico y aprendizajes aplicables

12: DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN INTEGRAL DE UN PLAN DE STORYTELLING CORPORATIVO

- 12.1. Estructura y componentes esenciales de un plan de storytelling corporativo integral
- 12.2. Fase de diagnóstico: análisis riguroso de la situación narrativa actual de la marca
- 12.3. Fase de diseño: definición de la estrategia narrativa y los relatos clave
- 12.4. Fase de ejecución: producción, lanzamiento y gestión de contenidos narrativos
- 12.5. Fase de evaluación y mejora continua del plan de storytelling corporativo
- 12.6. Presentación y defensa del plan de storytelling ante stakeholders corporativos



Titulación y Certificaciones



El alumno/a recibirá un **Certificado universitario** emitido por la **Universidad EUNEIZ**.



Descarga de certificados expedidos por Instituto Serca desde la Secretaría Virtual de nuestro Campus.



Proceso de **Matriculación**



Formalización de la matrícula:

- Completar y enviar el formulario de matriculación. Tras recibirlo, automáticamente le enviaremos sus claves de acceso a pagos/facturas.
- Una vez abonado el importe completo del Programa Formativo, el alumno/a recibirá los accesos al Campus Virtual y podrá iniciar su estudio.

Matricúlate

Más información



Métodos y facilidad de Pagos

- ✓ **Facilidad de pago:** Opciones de pago fraccionado sin intereses.
- ✓ **Seguridad:** Plataforma de pago online segura y encriptada.
- ✓ **Flexibilidad:** Varias opciones de pago como tarjeta de crédito, débito, transferencia bancaria y PayPal.
- ✓ **Descuentos:** Ofrecemos descuentos directos aplicados automáticamente al realizar la matrícula en nuestra web.
- ✓ **Simplicidad:** Proceso de pago simple e intuitivo en pocos pasos.
- ✓ **Facturación:** Descarga de facturas en el área de pagos.



¿Por qué elegir **Instituto Serca**?



Calidad en la enseñanza

Miles de alumnos/as de todo el mundo avalan nuestra **calidad** y nuestros **sistemas de enseñanza**, haciendo con Instituto Serca su especialización profesional.



Contenidos actualizados

Permanente actualización y mejora de contenidos. Instituto Serca está afiliado a las más prestigiosas instituciones de los ámbitos de **psicología, sanidad y educación**, para estar actualizados en las últimas innovaciones científicas y didácticas.



Profesionales de primer nivel

Nuestros programas formativos están diseñados por **profesionales de primer nivel** con amplia experiencia y siempre orientados al éxito profesional del alumnado.

¿Por qué elegir **Instituto Serca**?



A tu ritmo

Nos adaptamos al **ritmo de aprendizaje** de cada alumno/a. Nuestra metodología permite adaptarnos a las necesidades formativas individuales, garantizando así nuestra atención individualizada.



Tutorización

En Instituto Serca los alumnos/as disponen de un **tutor/a** a su disposición desde el momento de su matriculación, siendo prioritaria la resolución de dudas en el mínimo plazo.



Clases en vídeo

Clases en vídeo por materia para reforzar el contenido teórico. Además dispondrá de manera sistemática de un webinar de resolución de dudas.



SERCA

INSTITUTO
DE ALTOS ESTUDIOS
ESPECIALIZADOS



¿Necesita más **información**?

 www.institutoserca.com

 info@institutoserca.com

 +34 958 372 363 / 660 880 416

