ICUFOR
Cursos de Formación Permanente Universitaria

Curso de Formación Permanente

Storytelling y Narrativa Aplicada a la Comunicación

6 ECTS | 150 horas | Online, a tu ritmo

Formación acreditada por
Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ



Acerca de ICUFOR

ICUFOR es un centro privado de formación online, Centro Acreditado y Autorizado por la Universidad EUNEIZ de Vitoria-Gasteiz. Diseñamos e impartimos Cursos de Formación Permanente universitarios, pensados para la actualización y la especialización de profesionales en activo.

Nuestros cursos se estudian a tu ritmo en un campus virtual propio y terminan con el diploma de la Universidad EUNEIZ y con certificados de ICUFOR verificables.

Centro acreditado
Universidad EUNEIZ

100 % online
Campus virtual propio

Equipo docente
Disponible todo el curso



Metodología de estudio

Campus virtual propio
Estudias desde cualquier lugar y dispositivo, sin horarios.

Aprendizaje autónomo, pero acompañado
Tú marcas el ritmo y nuestro equipo de docentes resuelve tus dudas y orienta tu estudio.

Contenido del curso en PDF
El material principal, para estudiarlo a fondo, tema a tema.

Abstract de cada tema
Su síntesis, para situarte al empezar y repasar al final.

Presentación con los aspectos clave
Lo esencial de cada bloque, para jerarquizar y fijar.

Cuestionarios de evaluación
De respuesta múltiple, uno por tema.



Campus virtual

Mis cursos
Tu progreso y el siguiente tema por estudiar

Materiales
Contenido en PDF, Abstract y presentación con los aspectos clave

Cuestionarios de evaluación
Tu nota y la revisión de tus respuestas

Equipo docente
Consulta por escrito, chat y asesor de IA a cualquier hora

Secretaría
Certificados en PDF con código de verificación

Pagos y facturas
Descarga de facturas en PDF



Presentación del programa



Amplía tu formación con el Curso de Formación Permanente en Storytelling y Narrativa Aplicada a la Comunicación de ICUFOR, una propuesta académica diseñada para quienes desean dominar el arte de construir relatos estratégicos que conecten, persuadan y generen impacto. En un contexto donde la sobreabundancia informativa dificulta captar la atención del público, saber contar historias se ha convertido en una competencia diferencial para cualquier profesional de la comunicación, el marketing o la gestión de marca.

A lo largo de esta formación, profundizarás en los fundamentos teóricos y neurocientíficos que explican por qué las historias son tan eficaces, explorarás estructuras narrativas clásicas y contemporáneas, y aprenderás a construir personajes y arquetipos que resuenen con las audiencias.

Duración
150 horas

Créditos
6 Créditos ECTS

Metodología
Online

Matriculación
Permanente

Objetivos del curso

Comprender los fundamentos teóricos, históricos y conceptuales del storytelling, identificando sus principales corrientes narratológicas y su función en el ecosistema comunicativo actual.

Dominar las estructuras narrativas clásicas y los modelos contemporáneos de construcción de relatos, aplicando el más adecuado según el objetivo comunicativo perseguido.

Aplicar el storytelling a la comunicación corporativa, el marketing, la publicidad y la comunicación social, desarrollando relatos adaptados a cada ámbito profesional.

Planificar y gestionar proyectos narrativos de comunicación, implementando procesos metodológicos desde el briefing inicial hasta la producción del contenido final.

Analizar las bases psicológicas y neurocientíficas de la comunicación narrativa, describiendo los mecanismos cognitivos y emocionales que determinan la eficacia persuasiva del relato.

Diseñar personajes, arquetipos y voces narrativas estratégicas, utilizando técnicas de caracterización que favorezcan la conexión emocional con la audiencia.

Conocer los formatos narrativos digitales, transmedia, visuales, audiovisuales y basados en datos, integrando las posibilidades de cada soporte en estrategias comunicativas eficaces.

Evaluar el impacto de las estrategias de storytelling, aplicando indicadores cuantitativos y cualitativos desde un marco ético y deontológico riguroso.

Temario

01 Fundamentos teóricos y conceptuales del storytelling y la narrativa aplicada a la comunicación

1.1. Definición, alcance y delimitación conceptual del storytelling como disciplina comunicativa
1.2. Evolución histórica de la narrativa como herramienta de transmisión de conocimiento y persuasión
1.3. Principales corrientes teóricas de la narratología aplicada
1.4. Diferencias conceptuales entre storytelling, narrativa, relato y discurso
1.5. El storytelling en el ecosistema comunicativo actual: funciones, identidad y construcción simbólica

02 Bases psicológicas y neurocientíficas de la comunicación narrativa

2.1. Fundamentos de la cognición narrativa: cómo el cerebro procesa las historias
2.2. Mecanismos emocionales implicados en la eficacia del storytelling
2.3. Atención, memoria y retención de información a través de estructuras narrativas
2.4. Teorías psicológicas del transporte narrativo y la inmersión del receptor
2.5. Sesgos cognitivos y heurísticas activados por la narrativa en la toma de decisiones
2.6. Aplicaciones prácticas de la evidencia neurocientífica al diseño de mensajes comunicativos

Temario

03 Estructuras narrativas clásicas y modelos contemporáneos de construcción de relatos

3.1. La estructura aristotélica del relato: planteamiento, nudo y desenlace como base universal
3.2. El viaje del héroe de Joseph Campbell y su adaptación comunicativa
3.3. Modelos narrativos complementarios y alternativos de amplia aplicación profesional
3.4. El conflicto como motor narrativo: tipologías y funciones comunicativas
3.5. El arco narrativo y la gestión del ritmo, la tensión y la resolución
3.6. Clímax, giros argumentales y técnicas de sorpresa narrativa aplicadas a la comunicación
3.7. Criterios para la selección del modelo narrativo más adecuado según el objetivo comunicativo

Temario

04 Construcción de personajes, arquetipos y voces narrativas en comunicación

4.1. El personaje como eje vertebrador del relato y elemento de conexión con la audiencia
4.2. Tipologías de personajes y su función dentro de la estructura narrativa
4.3. Teoría de los arquetipos de Carl Gustav Jung aplicada al storytelling estratégico
4.4. Técnicas de caracterización y desarrollo de personajes creíbles y memorables
4.5. La voz narrativa y el punto de vista como decisiones estratégicas de comunicación
4.6. Tono, estilo y registro narrativo: adecuación al público objetivo y al canal
4.7. El diálogo como herramienta de caracterización y dinamización del relato comunicativo

Temario

05 Storytelling aplicado a la comunicación corporativa y la construcción de marca

5.1. El paso del branding funcional al branding narrativo: fundamentos estratégicos
5.2. Componentes esenciales del relato de marca: misión, visión y propósito narrativo
5.3. Storytelling y comunicación interna: cohesión, cultura organizacional y liderazgo narrativo
5.4. Storytelling aplicado a las relaciones públicas y la gestión de la reputación corporativa
5.5. Narrativa de crisis: construcción de relatos defensivos, restaurativos y transformadores
5.6. Storytelling y responsabilidad social corporativa: narrativas de impacto y compromiso
5.7. Coherencia narrativa omnicanal: alineación del relato a través de todos los puntos de contacto
5.8. Employer branding narrativo: atracción y retención de talento a través del relato corporativo

Temario

06 Storytelling aplicado al marketing, la publicidad y la comunicación social

6.1. Fundamentos del storytelling en el marketing y la comunicación comercial
6.2. Storytelling publicitario: creatividad narrativa al servicio de la persuasión comercial
6.3. Content marketing narrativo: estrategias de atracción y fidelización basadas en el relato
6.4. Storytelling aplicado a la comunicación política e institucional
6.5. Narrativa aplicada a la comunicación social, el activismo y el tercer sector
6.6. El storytelling en la experiencia de cliente y el diseño de servicios

07 Narrativa digital, transmedia y nuevos formatos comunicativos

7.1. Transformación de la narrativa en el entorno digital: características y especificidades
7.2. Storytelling en redes sociales: adaptación narrativa a las plataformas principales
7.3. Narrativa transmedia: principios, diseño y gestión de universos narrativos expandidos
7.4. Storytelling inmersivo: realidad virtual, realidad aumentada y experiencias interactivas
7.5. Podcasting, newsletters narrativas y formatos audio como vehículos de storytelling
7.6. Inteligencia artificial generativa y su impacto en la creación y personalización de narrativas

Temario

08 Storytelling visual y audiovisual en estrategias de comunicación

8.1. Fundamentos de la narrativa visual: principios de composición, color y semiótica de la imagen
8.2. Fotografía narrativa aplicada a la comunicación de marca y campañas sociales
8.3. Infografía narrativa y diseño de información con estructura de relato
8.4. Storytelling en vídeo y producción audiovisual con finalidad comunicativa
8.5. Coherencia entre narrativa visual y verbal: integración de imagen y texto en el relato

09 Data storytelling: narrativa basada en datos para la comunicación persuasiva

9.1. Concepto, alcance y relevancia del data storytelling en el contexto comunicativo actual
9.2. Del dato bruto al relato significativo: proceso metodológico del data storytelling
9.3. Visualización de datos y construcción del relato basado en evidencia cuantitativa
9.4. Errores, sesgos y criterios éticos en la comunicación narrativa de datos

Temario

10 Planificación estratégica de proyectos narrativos en comunicación

10.1. El proceso de planificación narrativa: del briefing al relato estratégico
10.2. Investigación y documentación previa: fuentes, insights y materia prima narrativa
10.3. Diseño de la estrategia narrativa: selección de formatos, canales y cronología
10.4. Redacción y producción de contenidos narrativos: del borrador al producto final
10.5. Gestión de equipos multidisciplinares en proyectos de storytelling aplicado
10.6. Presupuestación, cronograma y gestión de recursos en proyectos narrativos
10.7. Presentación y defensa del proyecto narrativo ante clientes y stakeholders

Temario

11 Medición del impacto, evaluación de resultados y ética profesional en la narrativa aplicada

11.1. Necesidad y desafíos de la medición del impacto narrativo en comunicación
11.2. Indicadores y metodologías para la evaluación de estrategias de storytelling
11.3. Dimensiones éticas de la narrativa aplicada a la comunicación profesional
11.4. Marco deontológico y buenas prácticas profesionales en el ejercicio del storytelling
11.5. Tendencias emergentes y prospectiva del storytelling aplicado a la comunicación

Titulación y certificados

Diploma de la Universidad EUNEIZ

Al aprobar todos los cuestionarios de evaluación recibes el **diploma en formato digital** de Curso de Formación Permanente, con sus 6 créditos ECTS y 150 horas.

Certificados de ICUFOR

Se descargan en PDF desde la Secretaría del campus, con un código único y QR para verificarlos.


EUNEIZ

El Rector de Universidad EUNEIZ

considerando que, conforme a la legislación y normativa universitaria vigente,

con nº de identificación , ha superado los estudios correspondientes y conforme a lo dispuesto en la legislación vigente, a las Normas de Organización y Funcionamiento de Universidad EUNEIZ, en colaboración con expide el presente título de

dirigido a Enfermería, realizado entre el 05 de abril de 2023 y el 31 de mayo de 2023, con una asignación de 375 horas (15 créditos ECTS), por haber acreditado convenientemente los requisitos exigidos por la normativa vigente aplicable.

Dado en Vitoria-Gasteiz, a 31 de mayo de 2023

La interesada

El Rector
(Por asignación R.R. de 01/04/23)

Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ

Nº Registro: 4250

Director del Centro de Extensión Universitaria

Titulación Propia de Universidad EUNEIZ

Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ

Proceso de matriculación

1 **Pulsa «Matricularme» en la ficha del curso**
Completa tus datos personales y de facturación.

2 **Elige la forma de pago**
Tarjeta, PayPal o transferencia bancaria.

3 **Entra en el campus y empieza**
Recibes por correo tus datos de acceso y, en cuanto se confirma el pago, tienes el temario completo. La matrícula está abierta todo el año.

Matricúlate | Más información



Métodos de pago

Pago único
El precio se abona una sola vez, sin cuotas ni renovaciones.

Seguridad
Pago online en la pasarela de Stripe o de PayPal.

Flexibilidad
Tarjeta de crédito o débito, PayPal o transferencia.

Acceso inmediato
Con tarjeta o PayPal, el campus se activa al momento.

Simplicidad
Matrícula y pago en dos pasos.

Facturación
Facturas en «Pagos y facturas» del campus.



¿Por qué elegir ICUFOR?

01

Formación accesible

Formación universitaria rigurosa y acreditada, íntegramente online y compatible con tu trabajo.

02

Calidad universitaria

Cada curso está acreditado por la Universidad EUNEIZ, con su memoria académica y sus créditos ECTS.

03

Impulso a tu carrera

Contenidos de utilidad práctica y una titulación que suma en méritos, concursos y bolsas de empleo.

04

Especialización

Cada curso trata una única temática a fondo: combínalos y construye tu propio itinerario.

05

Atención de calidad

Consultas al equipo docente por escrito o por chat, y un asesor de IA a cualquier hora.

¿Por qué elegir ICUFOR?

06
Contenidos actualizados
Los cursos se revisan periódicamente para incorporar las novedades de cada ámbito.

07
El curso, por escrito
Cada tema en tres formatos: contenido en PDF, Abstract y presentación con los aspectos clave.

08
Autónomo, pero acompañado
Tú decides tu ritmo y nuestro equipo de docentes resuelve tus dudas y orienta tu estudio.

09
Enseñanza adaptada
Sin horarios ni conexiones obligatorias: seis meses para terminar, ampliables si lo necesitas.

10
Estudio sencillo e intuitivo
Un campus virtual propio, sin instalar nada y accesible desde cualquier dispositivo.

¿Necesitas más información?

Te contamos cómo funciona el curso, los plazos y la titulación, sin compromiso.

www.icufor.com

info@icufor.com

+34 858 895 080

+34 746 044 519

Formación acreditada por Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ

