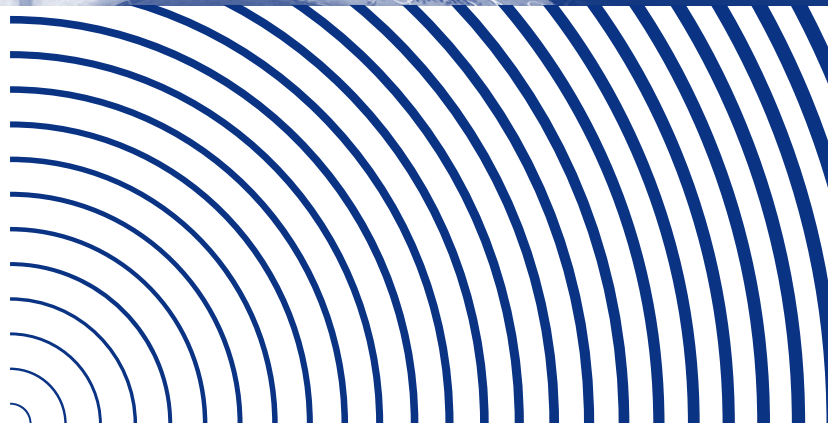


7, 9, 14, 16, 21 Y 23  
DE AGOSTO



**Emprende  
UP**  
Universidad  
del Pacífico



**TALLER**

# STORYTELLING

## MÁS QUE SABER CONTAR HISTORIAS

# I. DESCRIPCIÓN DEL TALLER

Storytelling es la herramienta más usada de los últimos tiempos para poder influenciar en la organización, tus clientes, potenciar tu marca personal, invertir en tu idea o entusiasmarte por seguir tu ejemplo, la narración de historias te puede posicionar para tener éxito. Es por ello, que aprender a usar esta herramienta es muy potente para ser más competitivo o potenciar tu desarrollo personal y profesional.

# II. OBJETIVO DEL TALLER

## Objetivos del taller

Al terminar el curso el participante es capaz de desarrollar un conjunto de habilidades transversales de lenguaje y comunicación que les permita construir y contar historias, usando técnicas sistemáticas de narrativa para conseguir y cerrar negocios y/o motivar equipos de personas , incluso a clientes en torno a objetivos comunes para sí y para su organización.

## Beneficios del taller para el participante

- **Genera confianza.** Si te identificas con la historia que te cuentan, con las acciones o sentimientos que en ella se desarrollan, crearás un vínculo muy importante y, en consecuencia, confianza en la marca.
- **Potencia la memoria.** El storytelling ayuda a crear un recuerdo en los receptores, una facilidad mayor para guardar en la memoria el mensaje o narración que se ha explicado, y, por ende, crear el recuerdo de la marca o tu marca.
- **Fomenta la creatividad.** Desarrolla tu mente, la vuelves más activa, presente, ya que todo momento o circunstancia puede convertirse en historia.





- Puede convertir lo nuevo en viejo. El storytelling es una gran arma para ello, porque puede convertir un mensaje dicho mil veces en una historia emocionante y bien construida.
- Luce la emoción. El cliente, potencial o no, no quiere que le vendas la moto: quiere emoción.

### III. CONTENIDOS

- UNIDAD DIDACTICA I: LA CREACIÓN DE VALOR A TRAVÉS DE STORYTELLING
- UNIDAD DIDACTICA II: CONSTRUCCIÓN DE HISTORIA (BLUEPRINT & PROTOTIPO)
- UNIDAD DIDACTICA III: DISEÑO DE IMPACTO
- UNIDAD DIDACTICA IV: STORYTELLING BUSINESS
- UNIDAD DIDACTICA V: ELABORACIÓN Y DESARROLLO DE PITCH (VOCAL Y CORPORAL)
- UNIDAD DIDACTICA VI: LA HORA DE LA VERDAD: COMO VENDER TU HISTORIA

### IV. METODOLOGÍA DE LA ENSEÑANZA

Se utiliza el modelo de “aprender haciendo” (learning-by-doing), que provee herramientas técnicas a través de un entrenamiento que combina clases lectivas con estudios de casos, ejercicios individuales y trabajos grupales de aplicación práctica.

\* En el curso será muy lúdico y de actividades creativas por lo que habrá movimiento y desplazamiento, se recomienda a los alumnos asistir a clases con ropa cómoda



## V. BIBLIOGRAFÍA Y OTRAS REFERENCIAS RECOMENDADAS

- Goodman, Steven. Teaching Youth Media. New York: Teacher's College Press, 2003.
- Adams, Kenn. The Story Spine. One source for this is: [http://www.creativityzone.ca/ResourceZone\\_Subpages/Games\\_Subpages/01.html](http://www.creativityzone.ca/ResourceZone_Subpages/Games_Subpages/01.html)
- Christenson, Michael. Adapt-a-Map, story map created of an advertisement for Media Literacy class, 2005.
- Storyboard template: <http://www.csupomona.edu/~wcweber/325/storybd.htm>

## VI. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

SESIÓN	TEMAS	OBJETIVO	ACTIVIDADES	MATERIAL	ENTREGABLES
I	LA CREACIÓN DE VALOR A TRAVÉS DE STORYTELLING	Brindar los principios y estructura de un proceso de storytelling y la importancia en el proceso creativo.	El storytelling y el viaje del héroe.	Workbook Storytelling	Formatos a elaborar en clase
			Cómo abordar un proceso creativo.	Post it	
			Técnicas de Storytelling	Tijera	
				Gomas	
	Hojas de colores				
II	CONSTRUCCIÓN DE HISTORIA	Brindar las herramientas y técnicas para el desarrollo de una historia y la realización de prototipos previos antes de un proyecto final.	Identifique sus partes interesadas clave, sus necesidades y su gran idea.	Formato de Canvas Storytelling	Su historia final
	(BLUEPRINT & PROTOTIPO)				
			Explore diferentes medios para contar su historia y cómo crear muchas versiones para involucrar a otros en el proceso.	Formato de Storyboard	

SESIÓN	TEMAS	OBJETIVO	ACTIVIDADES	MATERIAL	ENTREGABLES
III	DISEÑO DE IMPACTO	Diseñar los métodos de medición de una historia.	Adéntrese en el tono y el estilo para asegurar que su presentación tenga eco entre su público.	Workbook Storytelling	Indicadores y segmento a medir
			Diseño de medición	Post it	
				Tijera	
				Gomas	
				Hojas de colores	
IV	STORYTELLING BUSINESS	Dar una de las técnicas más solicitada en el mercado para un futuro proyecto personal o corporativo.		Workbook Storytelling	Su proyecto final
			Diseño de una historia para vender un producto o servicio.	Post it	
				Tijera	
				Gomas	
				Hojas de colores	
V	ELABORACIÓN Y DESARROLLO DE PITCH (VOCAL Y CORPORAL)	Brindar a los participantes las técnicas para una correcta presentación de un proyecto ante un público.	Cómo hacer una presentación en público exitosa. Preparación del pitch.	Ropa Cómoda	La aplicación correcta de cada técnica en su voz y cuerpo.
				(buso)	
VI	LA HORA DE LA VERDAD: COMO VENDER TU HISTORIA	Poner in situ a los participantes a la venta de su historia ante público real.	Cómo vender un proyecto a un cliente. Sesión seguimiento proyecto fin	Hojas de colores	Proyecto Final

## VII. DATOS DEL FACILITADOR



### GIULIANA HUAMÁN

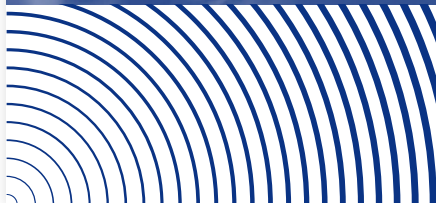
in

Bootcamper MIT Innovation & Entrepreneur, Artista Escénica, Coach Personal, Executive, Team & Entrepreneur en Tisoc-España, y Administradora de Empresas. Fundadora y Productora de EmpoderaTEC. Mentora de Emprendedores en Incubadoras Peruanas y Innovation & Entrepreneur Founder Institute, Columnista de Mujeres Emprendedoras del Mundo, y becaria de PNUD.

Con más de 8 años experiencia estas empresas avalan su trabajo: Universidad del Pacífico, Universidad Corporativa de Intercorp, Incubadora 1551, PRODUCE, Interbank, Banco Mundial Divemotor, PRODUKTIVA, WAYRA Telefónica, Prosegur, Caissa, CCL, InnovaPUCP, MIDIS, STRIGNET, ATENTO, UCIC, Innova San Marcos, FAO, Instituto de Gobierno, Ministerio de Educación, Sedapal, UNMSM, entre otros.

Pero no todo es trabajo, así que en mí día a día juego tenis, nado y veo Netflix. Soy una viajera a todo terreno, y prefiero acumular experiencias que cosas materiales.

**La vida es demasiado corta para no disfrutarla.**





Universidad del Pacífico  
Jr. Sánchez Cerro 2050, Jesús María  
(+51 1) 219-0100 anexos 2119 o 2524

[emprendeup.pe](http://emprendeup.pe)