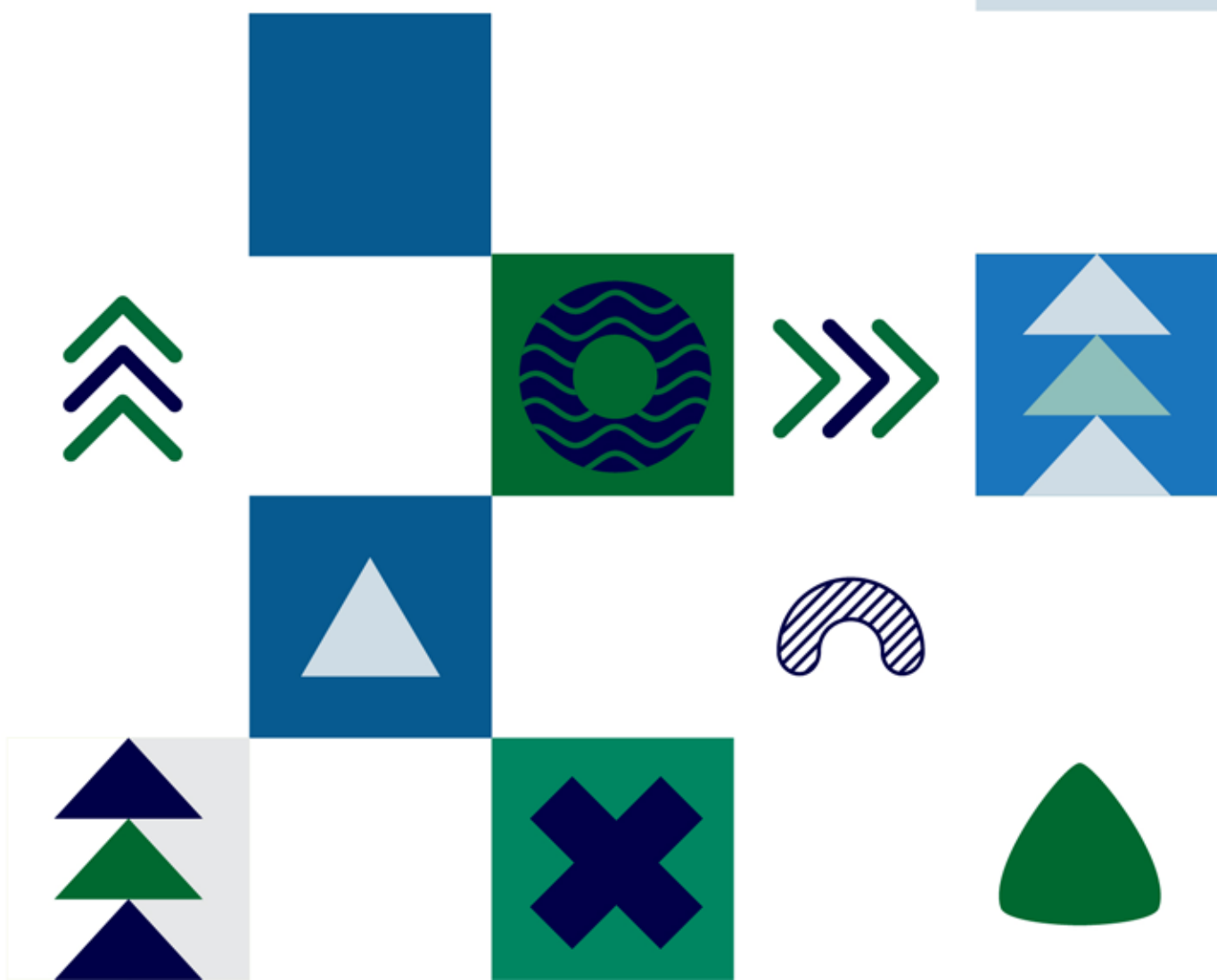


PORTAFOLIO de CURSOS y TALLERES 2024





ÍNDICE

CURSOS	PÁGINA
01 DISEÑO y PRONUNCIACIÓN de DISCURSOS	04
02 STORYTELLING	06
03 MEDIA TRAINING / VOCERÍA	08
04 DISEÑO y CONSTRUCCIÓN de MENSAJES CLAVE	10
05 GESTIÓN de CRISIS	12
06 NEURO ORATORIA	14
07 COMUNICACIÓN POLÍTICA	16
08 RELACIÓN EFICIENTE con MEDIOS de COMUNICACIÓN	18
TALLER	
09 COMUNICAR con PERSPECTIVA de GÉNERO	20



DISEÑO y PRONUNCIACIÓN de DISCURSOS

Los discursos empresariales funcionan como poderosos vehículos para perfilar y posicionar narrativas institucionales que abonan al fortalecimiento de la marca y la reputación corporativa. Por lo tanto, tener claridad de cómo elaborarlos y pronunciarlos para que logren el impacto deseado frente a públicos estratégicos, es una magnífica oportunidad para líderes empresariales que buscan dirigir mensajes trascendentales de su quehacer institucional.

Tomar este curso permitirá

- Estructurar con claridad los momentos de un discurso
- Fundamentar discursos con base en narrativas corporativas
- Reforzar los usos lingüísticos sobre argumentación, coherencia y cohesión
- Afinar la ruta metodológica para el diseño y la construcción discursiva
- Perfilar intervenciones públicas con base en las expectativas y necesidades de las audiencias

Contenidos

Diseño de discursos

- ¿Qué es un discurso?
- Características del discurso
- La narrativa institucional
- Argumentación, coherencia y cohesión
- Errores comunes en los discursos

Análisis de discursos

- Tradicionales
- Vanguardistas
- Caso de empresa o institución particular

Construcción de discursos

- Estructura de un discurso
- Aplicación del método TED
- Las ideas y el potencial creativo
- La línea argumentativa
- Conexión con las audiencias
- El estilo de la exposición
- Narrativa y persuasión
- Mensajes de cierre y aprendizaje

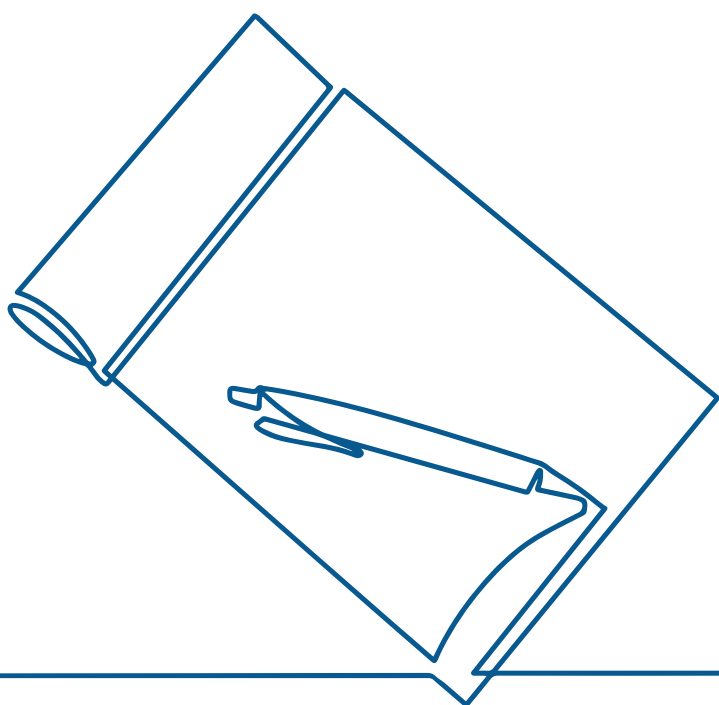


STORYTELLING

Las empresas son actores sociales de alta relevancia. Al igual que los colectivos ciudadanos, las familias, las escuelas o los gobiernos; la vida corporativa logra permear sus valores y conectarse con sus públicos estratégicos a través de narrativas que reflejan su compromiso con temas diversos como el desarrollo y la sostenibilidad. Desde esta perspectiva, el *storytelling* abona a dicho impacto al relatar experiencias empresariales a través de anécdotas que invitan al aprendizaje y la reflexión.

Tomar este curso permitirá

- Perfilar las audiencias a quienes van dirigidas las historias; sus intereses y motivaciones
- Definir universos y personajes protagónicos/antagónicos para dar movimiento a relatos
- Promover el aprendizaje y avance de diversos puntos de vista a través de las moralejas de los relatos (*Storydoing*)
- Desarrollar hilos argumentativos basados en emociones y reflexiones en torno a hechos comunes
- Instalar mensajes y narrativas corporativas, a través de anécdotas y experiencias memorables
- Apropiar una ruta metodológica para la construcción de historias corporativas o institucionales





Contenidos

Storytelling o el arte de contar historias

- Tipos de historias, personajes y roles
- Aprendizaje y *storydoing*

Análisis de casos

- Emblemáticos
- Ejemplos de lo que NO es *storytelling*
- Caso de empresa o institución particular

Construcción de historias

- La conexión emocional con las audiencias
- El timeline
- Relación y coherencia entre la empresa/ institución y sus experiencias
- El Método 4C (Contexto, Crisis, Cambio y Conclusión)



MEDIA TRAINING / **VOCERÍA**

El mundo contemporáneo enfrenta un flujo masivo de información en el que cada vez los retos de comunicación resultan más complejos, por lo que practicar una buena vocería es una habilidad imperativa para líderes de diversa índole que buscan potenciar su comunicación e influir positivamente frente a audiencias clave. Particularmente en los medios de comunicación como amplificadores y validadores de la información.

Contenidos

Competencia verbal

- Fundamentos de vocería y oratoria (tipos y usos)
- Componentes de la voz (tono, color, ritmo, intensidad)
- Dicción y muletillas
- La oratoria contemporánea
- Coherencia y persuasión
- Pros y contras de la improvisación
- Saludo y despedida

Competencia no verbal

- Postura y gestualidad
- Emociones en escena
- Estilo e imagen pública
- Proxemia

Vocería institucional

- Identificación de audiencias
- La vocería en empresas o instituciones
- Los mensajes clave
- Los temas sensibles
- Encuentro con medios

Tomar este curso permitirá

- Comprender el privilegio y los retos que implica el ejercicio de vocería institucional
- Visualizar con mayor cercanía las necesidades de las audiencias clave para conectar con mayor asertividad
- Transmitir adecuadamente mensajes clave en momentos de crisis o controversia
- Resignificar la importancia y utilidad de la comunicación no verbal
- Entender la dinámica del entorno mediático nacional y/o global
- Identificar las características, retos y errores comunes de la vocería en la actualidad

DISEÑO y CONSTRUCCIÓN de MENSAJES CLAVE

Los mensajes institucionales son el vehículo por excelencia para perfilar y posicionar narrativas de comunicación que abonen al fortalecimiento y potenciación del valor institucional de las empresas y sus líderes. Incluso, son de suma importancia y utilidad en momentos de contención y cierre de controversias o crisis públicas. Por lo tanto, tener claridad de cómo elaborarlos para que logren el impacto deseado frente a públicos estratégicos, es una magnífica oportunidad para líderes empresariales que buscan dirigir mensajes trascendentales del quehacer corporativo.

Tomar este curso permitirá

- Identificar la importancia de diseñar mensajes sintéticos y trascendentales
- Seguir una ruta metodológica para su diseño y extensión
- Recrear recursos didácticos para su posicionamiento
- Perfilar los recursos literarios de mayor potencial y conexión emocional

Contenidos

Sobre los mensajes clave

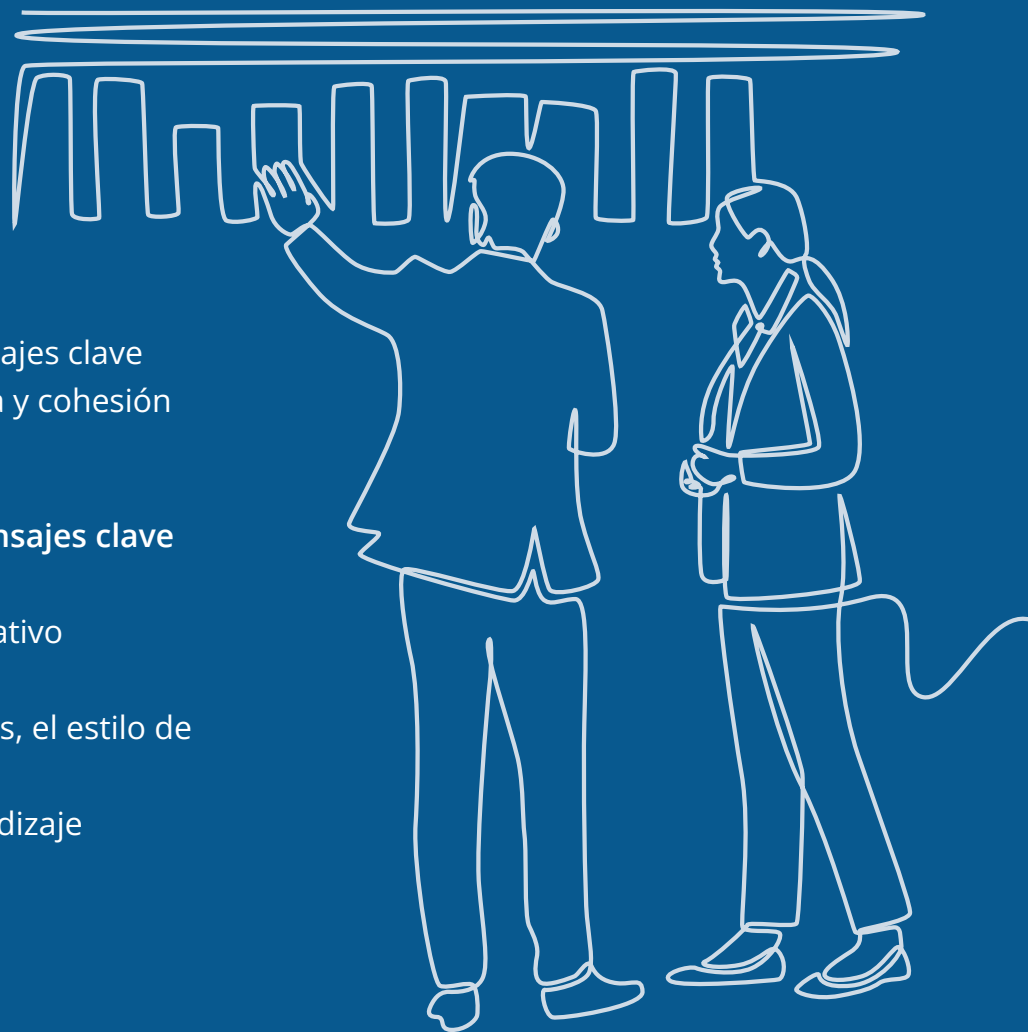
- ¿Qué es un mensaje clave?
- Características de los mensajes clave
- Argumentación, coherencia y cohesión
- Errores comunes

Diseño y construcción de mensajes clave

- Estructura de un mensaje
- Las ideas y el potencial creativo
- La línea argumentativa
- Conexión con las audiencias, el estilo de quién expone
- Mensajes de cierre y aprendizaje
- El Método de las Cajas

La puesta en escena

- Respuestas asertivas
- Recursos didácticos para el posicionamiento de mensajes
- Frases de transición
- Saludo y despedida



Las controversias y crisis de comunicación suelen emerger y escalar cuando el ruido supera la certidumbre. En tal sentido, si desde el origen se cuida la información que se difunde, ya sea a nivel proactivo o de contención, hay una mayor probabilidad de preservar la reputación institucional y capitalizar experiencias. De este modo, gestionar una crisis va desde planear y prevenir, hasta contener y subsanar. Todo ello, desde un proceso estratégico de comunicación en el que confluyan los valores y acciones institucionales frente a sus públicos clave.

A large, light blue graphic of the number 5, composed of thick, rounded lines. The number is positioned on the right side of the page, partially overlapping the text 'GESTIÓN de CRISIS'.

**GESTIÓN
de CRISIS**

Tomar este curso permitirá

- Distinguir entre los diversos tipos de crisis o controversias
- Visualizar escenarios de riesgo
- Conocer y diseñar procesos de escalación
- Perfilar los elementos clave de la comunicación de crisis
- Consejos para un cierre simbólico y técnico

Contenidos

Fase de prevención

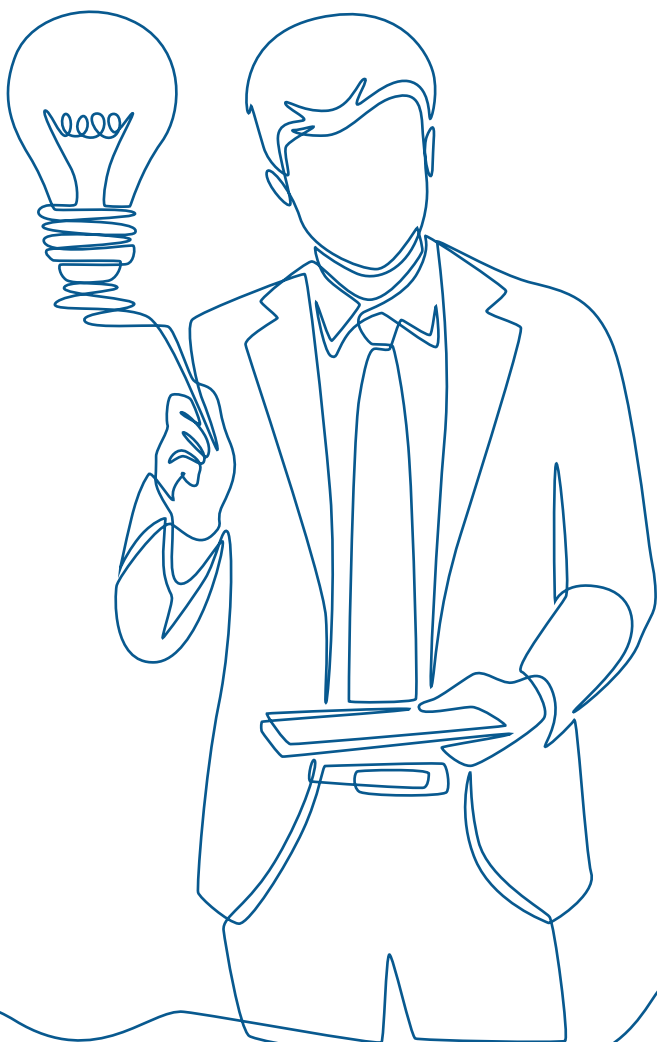
- Planificación de riesgos
- Identificación de señales
- Registro y trazabilidad
- Planes de mitigación

Fase de resolución

- Las crisis corporativas y su impacto en la reputación frente a las audiencias
- Eventos de riesgo de comunicación
- Tipos de crisis por industrias o instituciones
- Contención de crisis y capital reputacional
- Construcción de mensajes para distintas audiencias clave
- Quién debe comunicar en una crisis y cómo debe hacerlo
- La dinámica entre vocería y reportería
- Mensajes claves para contención
- Esquema para toma de decisiones y responsables

Fase de cierre

- Cómo sabemos que una crisis terminó
- Gestión postcrisis



NEURO ORATORIA

Dentro de las grandes virtudes de la oratoria se encuentra la capacidad de incidir en los demás. De manera convencional, esta influencia se ha promovido desde los discursos persuasivos e incluso, las anécdotas por su poder para generar conexión emocional. Actualmente, estas herramientas se han explorado desde un enfoque neurocientífico que ha permitido profundizar en las motivaciones y reacciones de la mente humana frente a la comunicación. Es lo que también se conoce como neuro oratoria.



Tomar este curso permitirá

- Revisar las técnicas de relajación frente al pánico escénico
- Conocer los fundamentos de la neurociencia del lenguaje
- Identificar emociones en la comunicación no verbal
- Sortear con éxito la improvisación
- Salir a escena con mayores habilidades de memoria y persuasión

Contenidos

Conceptos generales

- Los neurotransmisores, qué son y cuáles influyen en la gestión del lenguaje
- Las emociones, la memoria y el lenguaje
- La comunicación no verbal o ¿cómo me interpretan los demás?
- Cortisol y noradrenalina, los enemigos del pánico escénico
- Técnicas de relajación para la mente

Call to action

- Al cerebro le gustan las estructuras, aprendamos a organizar las ideas
- ¿Cómo practicar una oratoria empática?
- Los mensajes y su poder para influir en los demás
- Recurre al *storytelling* y a las anécdotas





COMUNICACIÓN POLÍTICA

Conectar, movilizar y sobresalir en el campo de la comunicación política es fundamental para alcanzar los objetivos trazados por los actores públicos en los distintos niveles de gobierno, para ello, es necesario conocer los fundamentos de las campañas ganadoras, en donde la comunicación se apoya de los datos arrojados por la ciudadanía y la imagen funciona como el enlace emocional entre las necesidades de las personas electoras y las plataformas políticas de los partidos.

Tomar este curso permitirá

- Identificar y aprender a usar los principales atributos de la persona candidata
- Convertir los datos en narrativas emocionales eficientes
- Comunicar de manera eficaz tu plan de gobierno
- Construir un perfil ganador
- Perfilar adecuadamente tu oferta personal con las necesidades de tu ámbito de competencia



Contenidos

El perfil de la candidatura

- ¿Qué es la comunicación política?
- Del arquetipo a los atributos
- ¿De qué trata una elección?
- Datos y narrativas

Los medios y su dinámica

- La relación entre las líneas editoriales y mi plataforma
- Mapeo de medios y audiencias, ¿Dónde y a quién comunicar?
- ¿Cómo posicionar mis mensajes en los medios?

La naturaleza de las narrativas

- El *framing*
- *Storytelling* y neuro oratoria
- Las ideas y el potencial creativo
- Las atribuciones y el plan de gobierno
- La legitimidad y la imagen política
- Códigos de imagen y voz ganadoras

El marco legal

- Los lineamientos básicos en radio y TV
- Los principios para comunicar en redes sociodigitales
- Sobre los delitos y causales de nulidad

RELACIÓN EFICIENTE con MEDIOS de COMUNICACIÓN

Una de las formas de hacer sobresalir la comunicación de las empresas es instalando sus narrativas institucionales a través de los medios de comunicación. En este sentido, las personas encargadas o relacionadas con las áreas de comunicación deben entender la dinámica de aquellos, para lograr un mayor impacto. Así, es necesario conocer elementos básicos como el diseño de boletines de prensa y la ejecución de acciones que mejoren la interacción con los medios, y con ello alcanzar un mejor posicionamiento.





Tomar este curso permitirá

- Dar un panorama general del funcionamiento de los medios de comunicación
- Reconocer buenas prácticas para la elaboración y distribución de boletines de prensa
- Sensibilizar sobre el uso de las diferentes interacciones con medios de comunicación
- Resaltar la importancia de la medición de resultados



Contenidos

Los medios

- Operación general de los medios
- Estrategia con medios
- Planeación
- Audiencias y segmentación
- Narrativa

Mejores prácticas en boletines de prensa

- Elaboración
- Posicionamiento
- Distribución

Consideraciones de las herramientas

- Entrevistas
- Solicitudes
- Eventos
- Trascendidos
- Columnas
- Relacionamientos
- Medición de resultados
- Evaluación de las acciones

COMUNICAR con PERSPECTIVA de GÉNERO

Cada vez más, distintas organizaciones reconocen los beneficios sociales, económicos y financieros que se obtienen al enfocarse en las mujeres y en la igualdad de género.

Comunicar con perspectiva o enfoque de género permite construir una narrativa creíble y congruente con la forma de pensar y el comportamiento de las empresas comprometidas con lograr sociedades más igualitarias, a la vez que contribuye a la transformación social y genera beneficios para el negocio.

Tomar este curso permitirá

- Entender qué es el género y su origen
- Saber el contexto de desigualdad de género fuera y dentro de las empresas
- Conocer la relevancia global que está adquiriendo la comunicación con perspectiva de género en la reputación empresarial
- Adquirir elementos que contribuyen a comunicar con perspectiva de género.
- Sensibilizarte sobre los beneficios de trabajar por la igualdad de oportunidades para hombres y mujeres



Contenidos

Revisión conceptual

- Comprender el género y la desigualdad
- Sobre los estereotipos
- Normativa internacional

Género, empresas y comunicación

- Igualdad de género en la agenda empresarial
- Agenda global
- Comunicar con perspectiva de género

Pinkwashing

- ¿Qué es *pinkwashing*? y sus riesgos



proacomunicacion.mx


cursosytalleres@proa.structura.com.mx

Av. Miguel Ángel de Quevedo 8 Desp. 701

Col. Hacienda de Guadalupe Chimalistac

Alcaldía Álvaro Obregón,

Ciudad de México 01050

 (+52) 55 1228 5259

Integrante de
STRUCTURA 