

Narrativa corporativa y construcción de identidad institucional

Ciencias Sociales y Humanas | Comunicación

Descripción del Curso

Este curso de Comunicación está abierto a estudiantes a partir de 17 años, sin restricción de edad superior, y se orienta a desarrollar habilidades integrales de comunicación en contextos organizacionales. El diseño curricular se articula en torno a actividades prácticas que permiten aplicar conceptos de diagnóstico, narrativa, valores corporativos y planes de implementación, así como desarrollar la capacidad de defender ideas ante audiencias y paneles críticos. El objetivo es que el estudiante pueda convertir una idea en una narrativa corporativa clara, ética y accionable, y que sea capaz de presentar, defender y justificar su propuesta frente a pares y docentes. El curso se organiza alrededor de cuatro actividades centrales que promueven un aprendizaje progresivo y aplicado:

- **Actividad 1 — Elaboración del proyecto de narrativa:** Creación de un documento integral que describa diagnóstico, propuesta narrativa, valores y plan de implementación.
- **Actividad 2 — Ensayo de defensa oral:** Preparación y realización de un ensayo de defensa (5-7 minutos) ante compañeros y docente, con retroalimentación.
- **Actividad 3 — Simulacros de defensa y feedback:** Rondas de presentaciones y comentarios de pares para mejorar claridad, argumentos y presencia escénica.
- **Actividad 4 — Presentación final ante panel:** Defensa formal del proyecto con preguntas y respuestas, y entrega de versión final documentada.

La distribución de la evaluación favorece la integración de conocimiento y habilidades prácticas: - Proyecto final de narrativa corporativa (40%) - Defensa oral (30%) - Documentación escrita y claridad de explicación (15%) - Participación en revisiones y calidad de feedback (10%) - Seguimiento de implementación y plan de mejora (5%)

Unidad 3 se desarrolla en 4 semanas, dentro de una secuencia que facilita la retroalimentación continua y la aplicación de lo aprendido a contextos reales de comunicación institucional. En conjunto, el curso busca desarrollar competencias técnicas de redacción y diseño de mensajes, habilidades orales de defensa y presencia escénica, y capacidades críticas de análisis y mejora continua para escenarios empresariales y organizacionales.

Competencias

- Comunicarse de forma clara y persuasiva, tanto de manera escrita como oral, adaptando el mensaje a diferentes audiencias y contextos. - Elaborar narrativas corporativas completas que incluyan diagnóstico, propuesta, valores y plan de implementación. - Defender ideas y proyectos ante audiencias, manejando preguntas y argumentos con evidencia y estructura lógica. - Demostrar habilidades de análisis crítico, síntesis de información y toma de decisiones en situaciones reales de negocio. - Desarrollar presencia escénica, manejo del discurso, lenguaje corporal y manejo del tiempo en presentaciones. - Trabajar de forma colaborativa, brindar y recibir retroalimentación de calidad, y gestionar

mejoras a partir de la retroalimentación. - Planificar y gestionar proyectos de comunicación, incluyendo seguimiento de implementación y planes de mejora. - Demostrar ética profesional, confidencialidad y responsabilidad en la divulgación de información. - Transferir aprendizajes a contextos organizativos, adaptando mensajes a objetivos estratégicos y culturales.

Requerimientos

- Acceso a la plataforma educativa y a los materiales del curso.
- Dispositivo con conectividad estable para videoconferencias, grabaciones y presentaciones (computadora, micrófono y cámara opcionales).
- Capacidad para trabajar con documentos digitales (procesador de textos, formato PDF) y herramientas de presentaciones.
- Compromiso de asistencia y participación en todas las actividades programadas.
- Entrega de trabajos en las fechas establecidas y capacidad para recibir y aplicar retroalimentación.
- Lecturas y ejercicios prerequisites para el desarrollo de cada unidad, incluyendo análisis de casos y ejemplos de narrativa corporativa.
- Habilidades básicas de escritura y expresión oral para la construcción de la narrativa y su defensa.

Unidades del Curso

Unidad 1: Unidad 1: Fundamentos de la narrativa corporativa y su relación con la identidad institucional

Objetivos de Aprendizaje

- Identificar los elementos narrativos que comunican la misión, visión y valores de una organización.
- Analizar cómo el relato de la organización refleja su cultura, marca y identidad institucional.
- Aplicar herramientas de diagnóstico para mapear la identidad institucional a partir de narrativas reales.

Contenidos Temáticos

Tema 1: Conceptos clave de la narrativa corporativa y su función para la identidad

Descripción corta: revisión de conceptos centrales y su papel en la construcción de sentido organizacional.

1. Definición de narrativa corporativa y su propósito estratégico.
2. Componentes fundamentales: historia, propósito, personaje/voz, conflicto y resolución.
3. Relación entre narrativa y identidad institucional (cultura, marca y percepción externa).

Unidad 2: Unidad 2: Elementos de la narrativa corporativa y su representación de misión, visión y valores

Objetivos de Aprendizaje

- Analizar cómo la misión, visión y valores se traducen en mensajes y relatos coherentes en distintos canales de comunicación.
- Diseñar un micro-relato institucional que exprese la identidad de la organización.
- Evaluar la consistencia entre narrativa planteada y prácticas organizacionales.

Contenidos Temáticos

Tema 1: Misión, visión y valores como ejes de la narrativa

Descripción corta: cómo estos elementos guían la historia que cuenta la organización.

1. Definición operativa de misión, visión y valores.
2. Cómo estas dimensiones estructuran relatos y casos de uso.
3. Coherencia entre discurso y acción.

Unidad 3: Unidad 3: Proyecto de narrativa corporativa para defender la identidad institucional

Objetivos de Aprendizaje

- Desarrollar un proyecto de narrativa corporativa que integre misión, visión y valores de la organización.
- Preparar y realizar una defensa oral clara y persuasiva ante un público académico o profesional.
- Aplicar principios de ética, veracidad y responsabilidad comunicativa en la narrativa institucional.

Contenidos Temáticos

Tema 1: Diseño del proyecto de narrativa corporativa

Descripción corta: estructurar el proyecto final: diagnóstico, objetivo, narrativa propuesta y plan de implementación.

1. Componentes del proyecto: diagnóstico, propuesta, impacto y métricas.
2. Coherencia entre narrativa y identidad institucional.
3. Plan de implementación y seguimiento.