

Guía Docente
Escritura Profesional y Estrategia Narrativa de Marca
Primera Convocatoria 2024/2025

Datos generales de la asignatura

Programa:	Máster en Dirección de Comunicación Corporativa y Marketing Digital
Asignatura:	Escritura Profesional y Estrategia Narrativa de Marca
Medida:	6.0 ECTS
Carácter:	Obligatoria

Temario

- Elaboración de informes
- Resúmenes ejecutivos
- Correspondencia profesional
- Cartas de presentación y CV
- La nota de prensa y los comunicados
- Distribución y envío de notas de prensa y comunicados
- Medición de la repercusión
- Redacción profesional de contenidos digitales
- Redacción e implementación de acciones SEO para enriquecer el texto
- Planificación de expresiones clave para su posicionamiento en buscadores
- Estadísticas del sitio web con Google Analytics
- Las narrativas comunicativas aplicadas a la marca
- Transmedia: procesos narrativos en múltiples plataformas, soportes y canales
- El Storytelling como potenciador de las emociones
- La conexión marca-consumidor: Branded Content
- Comunicar desde la realidad virtual

Equipo docente**Resultados de aprendizaje****Competencia básica****Competencias generales**

Aplicar criterios profesionales de claridad, coherencia, estructura y adecuación al medio en la elaboración de documentos corporativos y contenidos informativos. (Competencias Instrumentales)

Desarrollar propuestas narrativas innovadoras orientadas al posicionamiento diferencial de marcas en entornos digitales y transmedia. (Competencias Sistémicas)

Trasladar principios de escritura estratégica a la producción de piezas comunicativas reales con objetivos medibles de impacto y difusión. (Competencias Sistémicas)

Conocimientos

Analizar las características estructurales, estilísticas y funcionales de los géneros de escritura profesional y de los formatos informativos dirigidos a medios y entornos digitales.

Sintetizar información compleja para transformarla en relatos de marca coherentes mediante estrategias de storytelling, transmedia y branded content apoyadas en tecnologías emergentes.

Evaluar la eficacia comunicativa y el potencial de posicionamiento de los contenidos producidos en función de su difusión, impacto y métricas de rendimiento.

Destrezas

Comunicar contenidos profesionales y narrativas de marca en función de objetivos corporativos y públicos estratégicos. (Plano Subjetivo)

Ejecutar piezas de escritura profesional y contenidos digitales, aplicando criterios de posicionamiento y estrategia narrativa. (Plano Psicomotor)

Actividades formativas

Sesiones expositivas en aula orientadas a la transmisión de contenidos teóricos del programa	Presencial	30.0
Resolución y análisis de casos prácticos orientados a la aplicación de los conocimientos adquiridos.	Presencial	35.0
Trabajo individual orientado al estudio, lectura de materiales y desarrollo de actividades.	Asíncrona	45.0
Actividades colaborativas orientadas al aprendizaje conjunto y la aplicación práctica de contenidos.	Presencial	15.0
Seguimiento, orientación y apoyo académico al estudiante.	Presencial	10.0
Participación en seminarios y sesiones orientadas al refuerzo y actualización de conocimientos.	Presencial	15.0

Actividades de evaluación

Evaluación teórica mediante prueba objetiva realizada en entorno presencial.

Desarrollo de trabajos prácticos individuales orientados al análisis y aplicación de los contenidos del programa.

Evaluación continua de la participación, implicación y seguimiento del estudiante en el aula.