



PROJETO PEDAGÓGICO DE CURSO LIVRE (PPCL)

STORYTELLING E COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA

Coordenação de Cursos Livres

PROJETO PEDAGÓGICO DE CURSO LIVRE (PPCL)

1. INFORMAÇÕES GERAIS DO CURSO

NOME DO CURSO: **Storytelling e Comunicação Estratégica - L26042**

OBJETIVO GERAL:

Capacitar o participante a compreender a relação entre storytelling e comunicação estratégica, analisando o uso das narrativas em diferentes mídias, como rádio, cinema e televisão, e desenvolvendo conhecimentos sobre fluxo de comunicação, habilidades comunicacionais e atuação do bom comunicador no contexto narrativo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Analisar a relação entre storytelling e diferentes mídias, como rádio, cinema e televisão.
- Compreender como as narrativas se adaptam a diferentes formatos e linguagens midiáticas.
- Reconhecer o papel da comunicação na construção e circulação de histórias.
- Compreender o modelo de fluxo de comunicação e sua aplicação ao storytelling.
- Identificar habilidades essenciais de um bom comunicador no uso estratégico de narrativas.
- Desenvolver uma visão crítica sobre o uso do storytelling em práticas comunicacionais e midiáticas.

PÚBLICO-ALVO E ÁREAS DE ATUAÇÃO:

O curso **Storytelling e Comunicação Estratégica** é destinado a estudantes, profissionais de comunicação, marketing, negócios, educação, produção de conteúdo e demais interessados em compreender a relação entre narrativas, mídias e práticas comunicacionais.

É especialmente indicado para participantes que desejam analisar o uso do storytelling em diferentes meios, como rádio, cinema e televisão, e desenvolver habilidades de comunicação aplicadas à construção e circulação de histórias.

As áreas de atuação contempladas envolvem comunicação estratégica, marketing, publicidade, audiovisual, rádio, televisão, cinema, educação, produção de conteúdo, negócios e mídias digitais.

CARGA HORÁRIA TOTAL: 12 horas

MODALIDADE (LEI FEDERAL Nº 9.394/1996): EAD

ÁREA(S) DO CONHECIMENTO / CNPQ:

- **Grande Área:** Ciências Sociais Aplicadas - Código 60000007
- **Área:** Comunicação - Código 60900008
- **Subárea:** Relações Públicas e Propaganda - Código 60904003
- **Especialidade:** Não se aplica

METODOLOGIA DE ENSINO:

O curso será desenvolvido na modalidade EAD, por meio de videoaulas gravadas, materiais de apoio, leituras complementares e atividades avaliativas organizadas de forma progressiva ao longo das unidades temáticas. A proposta metodológica busca favorecer a autonomia do participante e permitir a compreensão aplicada do storytelling em diferentes meios e contextos comunicacionais.

A metodologia adotada articula fundamentos conceituais, análise de mídias e reflexão sobre práticas de comunicação. Inicialmente, o participante será conduzido à compreensão da relação entre storytelling e mídias como rádio, cinema e televisão. Em seguida, serão abordados o papel da comunicação, o modelo de fluxo comunicacional e as habilidades necessárias ao bom comunicador.

Ao longo do percurso formativo, a verificação da aprendizagem poderá ocorrer por meio de questionários, estudos dirigidos e exercícios de fixação, com foco na assimilação dos conteúdos e na aplicação dos princípios de storytelling em situações reais de comunicação estratégica.

AValiação:

A verificação da aprendizagem dos participantes será realizada por meio de dois critérios complementares: o cumprimento integral da carga horária e o desempenho nos questionários avaliativos aplicados ao longo do curso.

Para a obtenção do certificado de conclusão, o participante deverá assistir à totalidade das videoaulas disponibilizadas na plataforma, comprovando o acompanhamento completo dos conteúdos propostos. Além disso, deverá alcançar média aritmética final igual ou superior a 60,0 pontos, em uma escala de 0 a 100 pontos, calculada a partir dos questionários aplicados progressivamente ao longo das unidades temáticas.

Os questionários abrangerão tanto os aspectos históricos e conceituais quanto os elementos políticos e práticos da inclusão e da diversidade no ensino superior, permitindo ao participante acompanhar sua própria evolução e identificar eventuais lacunas de aprendizagem ao longo do percurso formativo.

CRITÉRIOS PARA CERTIFICAÇÃO:

O certificado de conclusão será emitido ao participante que atender, cumulativamente, aos seguintes critérios:

- Assistir à totalidade das videoaulas disponibilizadas na plataforma, correspondendo a 100% da carga horária do curso; e
- Obter média aritmética final igual ou superior a **60,0 pontos**, em uma escala de 0 a 100 pontos, calculada a partir dos questionários de atividades aplicados ao longo das unidades.

O não cumprimento de qualquer um dos critérios acima implicará na não emissão do certificado, sendo vedada a certificação parcial. O certificado será disponibilizado digitalmente na plataforma de ensino após a confirmação do atendimento a ambos os requisitos.

2. CONTEXTUALIZAÇÃO E IMPACTO

APRESENTAÇÃO E DIFERENCIAIS DO CURSO:

Bem-vindo ao curso **Storytelling e Comunicação Estratégica**, uma proposta formativa desenvolvida para estudantes, profissionais de comunicação, marketing, educação, negócios e demais interessados em compreender como as narrativas se articulam às mídias e às práticas comunicacionais.

O curso apresenta uma abordagem voltada à relação entre storytelling, rádio, cinema, televisão e habilidades comunicacionais. Ao longo da formação, o participante será conduzido a analisar como diferentes mídias utilizam histórias para produzir sentido, engajar públicos e organizar mensagens de forma estratégica.

Um dos principais diferenciais do curso é sua ênfase na comunicação como elemento central do storytelling. Além de estudar as mídias, o participante compreenderá o fluxo de comunicação e as habilidades necessárias ao bom comunicador, desenvolvendo uma visão mais clara sobre o uso das narrativas em contextos profissionais e sociais.

Por que fazer este curso?

Fazer o curso **Storytelling e Comunicação Estratégica** é uma oportunidade para compreender como as histórias se tornam ferramentas de comunicação em diferentes mídias e situações profissionais. Em um cenário marcado pela multiplicidade de linguagens e canais, saber estruturar e interpretar narrativas é uma competência cada vez mais importante.

O curso contribui para que o participante analise a presença do storytelling no rádio, no cinema e na televisão, reconhecendo como cada mídia utiliza recursos narrativos específicos para gerar conexão com o público. Além disso, a formação aborda o papel da comunicação, o fluxo comunicacional e as habilidades de um bom comunicador.

Dessa forma, o curso auxilia no desenvolvimento de uma atuação mais estratégica, criativa e consciente no uso de narrativas, fortalecendo competências aplicáveis à comunicação, ao marketing, à educação, aos negócios e a outros contextos que dependem da construção de mensagens claras e envolventes.

O que você vai aprender:

Ao longo das quatro unidades temáticas do curso **Storytelling e Comunicação Estratégica**, você irá compreender a relação entre storytelling e diferentes mídias, analisando como rádio, cinema e televisão utilizam narrativas para comunicar ideias, construir sentidos e envolver públicos.

Você também aprenderá sobre o papel da comunicação no contexto do storytelling, o modelo de fluxo de comunicação e as habilidades necessárias para atuar como um bom comunicador. A formação contribui para que você reconheça o potencial das histórias em práticas comunicacionais e utilize narrativas de forma mais estratégica, clara e intencional.

Nossos diferenciais:

O curso **Storytelling e Comunicação Estratégica** se diferencia por integrar a análise de mídias ao desenvolvimento de habilidades comunicacionais. A proposta permite que o participante compreenda o storytelling não apenas como técnica narrativa, mas como recurso estratégico presente em diferentes formatos de comunicação.

Entre os diferenciais do curso estão a abordagem sobre rádio, cinema e televisão, a reflexão sobre o fluxo da comunicação e o desenvolvimento de competências relacionadas à atuação do bom comunicador. A modalidade

EAD oferece flexibilidade e favorece uma aprendizagem progressiva, aplicada e compatível com diferentes rotinas de estudo e trabalho.

JUSTIFICATIVA:

O curso **Storytelling e Comunicação Estratégica** justifica-se pela importância das narrativas na comunicação contemporânea. Em diferentes mídias e contextos profissionais, histórias são utilizadas para organizar informações, transmitir valores, gerar identificação e ampliar o impacto das mensagens junto aos públicos.

A formação proposta permite compreender como o storytelling se manifesta em meios como rádio, cinema e televisão, favorecendo uma análise mais crítica sobre os formatos narrativos e suas possibilidades comunicacionais. Ao mesmo tempo, o curso aborda o papel da comunicação, o fluxo comunicacional e as habilidades do bom comunicador, aspectos essenciais para uma atuação estratégica.

Dessa forma, o curso contribui para a qualificação de participantes interessados em comunicação, marketing, educação, negócios e áreas afins, oferecendo uma base introdutória e aplicada para o uso consciente de narrativas em diferentes práticas profissionais e sociais.

3. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

O curso está organizado em quatro Unidades Temáticas (UT), totalizando 12 horas de carga horária, desenvolvidas integralmente na modalidade EAD assíncrona. Cada unidade foi estruturada de forma progressiva, conduzindo o participante desde a análise da relação entre storytelling e diferentes mídias até o desenvolvimento de habilidades de comunicação aplicadas à construção e circulação de narrativas.

A UT 1 – Storytelling nas Mídias I introduz o participante à relação entre storytelling e mídias, abordando a presença das narrativas no rádio, no cinema e na televisão.

A UT 2 – Storytelling nas Mídias II aprofunda a análise da presença do storytelling em diferentes linguagens midiáticas, permitindo compreender como rádio, cinema e TV utilizam histórias para construir sentido e estabelecer conexão com o público.

A UT 3 – Habilidades de Comunicação em Storytelling I aborda o papel da comunicação no contexto do storytelling, apresentando o modelo de fluxo de comunicação e as habilidades necessárias para uma atuação comunicacional mais eficaz.

A UT 4 – Habilidades de Comunicação em Storytelling II consolida a formação proposta pelo curso, retomando o papel da comunicação, o fluxo comunicacional e as competências do bom comunicador na aplicação estratégica de narrativas.

A distribuição detalhada dos conteúdos por unidade temática está apresentada na tabela a seguir:

Unidade Temática	Aula / Conteúdo	Carga Horária	Modalidade
UT 1 – Storytelling nas Mídias I	· Conteúdo 1: Analisar a relação do rádio e storytelling · Conteúdo 2: Analisar a relação do cinema e storytelling · Conteúdo 3: Analisar a relação da TV e storytelling	3	EAD
UT 2 – Storytelling nas Mídias II	· Conteúdo 1: Analisar a relação do rádio e storytelling · Conteúdo 2: Analisar a relação do cinema e storytelling · Conteúdo 3: Analisar a relação da TV e storytelling	3	EAD
UT 3 – Habilidades de Comunicação em Storytelling I	· Conteúdo 1: Analisar o papel da comunicação no contexto do storytelling · Conteúdo 2: Compreender o modelo de fluxo de comunicação · Conteúdo 3: Compreender as habilidades de um bom comunicador	3	EAD
UT 4 – Habilidades de Comunicação em Storytelling II	· Conteúdo 1: Analisar o papel da comunicação no contexto do storytelling · Conteúdo 2: Compreender o modelo de fluxo de comunicação · Conteúdo 3: Compreender as habilidades de um bom comunicador	3	EAD

EMENTA DAS UNIDADES TEMÁTICAS:

UT 1 – Storytelling nas Mídias I

Análise da relação entre storytelling e diferentes mídias, com ênfase no rádio, no cinema e na televisão. Compreensão das formas pelas quais cada meio utiliza narrativas para transmitir mensagens, construir sentidos e envolver seus públicos. Introdução ao papel das histórias na mediação comunicacional e na construção de experiências midiáticas.

UT 2 – Storytelling nas Mídias II

Aprofundamento da análise do storytelling em mídias audiovisuais e sonoras. Estudo da relação das narrativas com o rádio, o cinema e a televisão, considerando suas linguagens, formatos e possibilidades expressivas. Reflexão sobre a adaptação das histórias aos meios e sobre o impacto das narrativas na comunicação estratégica.

UT 3 – Habilidades de Comunicação em Storytelling I

Estudo do papel da comunicação no contexto do storytelling. Compreensão do modelo de fluxo de comunicação e de sua importância para a organização das mensagens narrativas. Análise das habilidades de um bom comunicador e de sua contribuição para a clareza, a persuasão e a efetividade das histórias.

UT 4 – Habilidades de Comunicação em Storytelling II

Aprofundamento das habilidades de comunicação aplicadas ao storytelling. Reflexão sobre o papel do comunicador na construção, mediação e circulação das narrativas. Estudo do fluxo comunicacional e das competências necessárias para utilizar histórias de forma estratégica, clara e alinhada aos objetivos da comunicação.

4. REFERÊNCIAS

CAMPBELL, Joseph. O herói de mil faces. São Paulo: Cultrix, 2007.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. São Paulo: Summus, 2003.

MCKEE, Robert. Story: substância, estrutura, estilo e os princípios da escrita de roteiro. Curitiba: Arte & Letra, 2006.

VOGLER, Christopher. A jornada do escritor. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2006.

XAVIER, Adilson. Storytelling: histórias que deixam marcas. Rio de Janeiro: BestSeller, 2015.

Wosney Ramos de Souza
Coordenação de Cursos Livres | UniEVANGÉLICA