

 CURSO

Comunicación Avanzada para Influir y Liderar

12 Horas | 14, 16, 21 y 23 de Abril de 2026

Introducción

La comunicación interpersonal constituye la base funcional de las relaciones organizacionales, ya que posibilita la coordinación, el liderazgo y la creación de sentido compartido dentro de los equipos.

Desde la neurociencia social, se entiende que comunicar no es simplemente intercambiar información, sino co-regular emociones y construir realidades comunes a través de procesos neuronales de empatía y sincronización (Lieberman, 2021).

En entornos de alta complejidad, la eficacia comunicativa de los líderes intermedios se relaciona directamente con el compromiso, la cooperación y el bienestar psicológico de los colaboradores (Harms et al., 2023). Asimismo, investigaciones recientes destacan que la calidad de la comunicación interpersonal actúa como predictor del rendimiento y la retención de talento, al influir en la percepción de justicia organizacional y confianza (Men et al., 2022).

En un contexto marcado por la digitalización y el trabajo híbrido, la comunicación interpersonal se convierte en un elemento crítico de

liderazgo adaptativo, donde la capacidad de generar conexión emocional, claridad y propósito constituye una ventaja competitiva sostenible.

Se grabarán las sesiones para poder consultarlas de forma ilimitada una vez finalizado el curso.

Objetivos :

Al final de este seminario, los participantes sabrán:

-  Comprender la comunicación como proceso neurobiológico y relacional.
-  Identificar y gestionar los mecanismos cerebrales que influyen en la interacción.
-  Desarrollar una escucha empática y regulada.
-  Diseñar mensajes persuasivos y transformadores.
-  Potenciar el impacto comunicativo verbal y no verbal

Temario

✓ El Cerebro comunicante: Fundamentos de neurociencia y

Comunicación

- Introducción: la comunicación más allá del lenguaje
- El cerebro triuno y su papel en la comunicación
- La emoción como filtro del mensaje
- Atención, percepción y sesgos comunicativos
- Neuroplasticidad y aprendizaje comunicativo
- Dinámica práctica: mapa cerebral de la comunicación

Objetivos de aprendizaje:

- Analizar críticamente los fundamentos neurocientíficos que explican cómo el cerebro procesa la información, la emoción y la intención comunicativa, integrando perspectivas cognitivas y conductuales para mejorar la eficacia del liderazgo comunicativo.

- Evaluar la interacción entre emoción, atención y memoria en contextos de comunicación profesional, identificando cómo estos procesos influyen en la claridad del mensaje, la empatía y la generación de confianza.
- Aplicar modelos de neurocomunicación para diagnosticar patrones propios de comunicación automática o reactiva y transformarlos en estilos más conscientes, empáticos y estratégicos dentro del entorno laboral.

📌 La Arquitectura del mensaje: Persuasión y storytelling

- Introducción: Comunicar no es informar
- La neurociencia de la persuasión
- Los principios de la influencia
- El poder del framing y del contexto
- Storytelling y emoción: cómo piensa en historias el cerebro
- Dinámica práctica: rediseñar un mensaje directivo

Objetivos de aprendizaje:

- Integrar conocimientos avanzados de persuasión, comportamiento humano y neurociencia para diseñar mensajes que activen procesos de atención y emoción, optimizando la influencia comunicativa en contextos organizacionales.
- Evaluar críticamente los principios de reciprocidad, coherencia, autoridad, escasez, simpatía y prueba social de Cialdini, aplicándolos de forma ética y estratégica a situaciones reales de liderazgo y gestión de equipos.
- Aplicar técnicas narrativas y de framing basadas en la neurociencia de la emoción y la memoria para construir discursos que generen impacto cognitivo y resonancia emocional en distintos públicos.

✓ El Cerebro del receptor: escucha, amenaza y empatía

- Introducción: el otro cerebro en la conversación
- Neurociencia del receptor: amenaza, defensa y apertura

- El model SCARF de David Rock
- La neurociencia de la escucha empática
- Señales no verbales del receptor
- Dinámica práctica: conversaciones difíciles y feedback constructivo.

Objetivos de aprendizaje:

- Analizar críticamente los mecanismos neurobiológicos del cerebro del receptor —especialmente los sistemas de amenaza, recompensa y empatía— y su influencia en la calidad de la comunicación interpersonal.
- Evaluar e interpretar las respuestas emocionales y cognitivas de los interlocutores en situaciones de alta carga relacional o conflicto, aplicando modelos como SCARF y teorías de neurociencia social para ajustar el enfoque comunicativo.
- Aplicar estrategias avanzadas de escucha empática y regulación emocional, diseñadas para reducir la defensividad, promover la

confianza mutua y crear entornos comunicativos seguros y colaborativos.

📌 Las herramientas del comunicador: voz, lenguaje corporal y presentaciones eficaces en entornos presenciales y digitales

- Introducción: la presencia comunicativa
- Neurociencia del lenguaje corporal
- La voz como instrumento de influencia
- Principios de presentaciones eficaces
- Comunicación digital e híbrida
- Dinámica práctica: presentación con feedback

Objetivos de aprendizaje:

- Analizar e integrar los fundamentos neurocientíficos de la comunicación no verbal y paraverbal, comprendiendo cómo la voz, el ritmo, la postura, la mirada y los gestos influyen en la percepción, atención y emoción del receptor.

- Diseñar y ejecutar presentaciones eficaces aplicando principios de atención, storytelling visual y regulación emocional, con el fin de generar impacto, claridad y conexión con diferentes audiencias.
- Evaluar críticamente y adaptar las estrategias comunicativas a entornos digitales, optimizando el lenguaje corporal, la voz, los materiales visuales y la interacción para mantener la presencia e influencia del comunicador en contextos híbridos o remotos.

Información del curso



Duración

12 horas lectivas



Modalidad

Aula Virtual con clases en directo y acceso a las sesiones grabadas para su consulta.



Fechas

14, 16, 21 y 23 de Abril de 2026



Horarios

De 16:00 a 19:00 h



Dónde

Aula Virtual de Vitae



Formador

Javier Rovira

Es licenciado en Derecho y Administración de Empresas por ICADE, master en Dirección General por el IESE y doctorado en economía de empresa habiendo obtenido el DEA por la Universidad Rey Juan Carlos.

Fue profesor de ESIC Business & Marketing School y socio director de Know How N.P., consultora especializada en estrategia innovación y desarrollo organizativo teniendo una dilatada experiencia en diferentes sectores.

Ha sido director general de González Byass, director general de Neck & Neck, consejero delegado de Sabelma, director de Laboratorios Babé; director de Marketing y Desarrollo Estratégico de Bebidas Pepsico y Associate Advertising Manager de P&G en el Reino Unido y en España, entre otros cargos.

Como consultor y formador ha trabajado con las empresas más importantes de España tanto en nuestro país como en el extranjero como

por ejemplo Microsoft, Terra, Monsanto, Grupo Prisa, Agencia Tributaria, Telefónica, Telefónica Móviles, Renfe, , Dell España, Lucent Technologies, Dirección General de la Guardia Civil, Instituto de Marketing Directo, El Corte Inglés, Hipercor, Porsche-Saab España, Alfa Romeo . Con unas 10.000 horas de consultoría o formación habiendo trabajado con más de 5.000 profesionales y directivos.

Autor de los libros “Consumering”. Con Prólogo de Philip Kotler y de “Reset & Reload”

Condiciones económicas



Tarifa Por Asistente
220€ (Bonificable hasta 156€ por la FUNDAE)



Tarifa por asistente a partir de dos personas de la misma empresa u organización
180€ (Bonificable hasta 156€ por la FUNDAE)



Forma de Pago:
Por transferencia al finalizar el curso a la recepción de la factura
Se añadirá el 21 % de IVA



Inscripción:
vitae@vitaedigital.com
Tlf : 986 47 21 01
637 82 02 57