

## Comunicación de Crisis

Código: 104781  
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2503868 Comunicación de las Organizaciones	OB	3	2

La metodología docente y la evaluación propuestas en la guía pueden experimentar alguna modificación en función de las restricciones a la presencialidad que impongan las autoridades sanitarias.

### Contacto

Nombre: Ana Ullod Pujol

Correo electrónico: Ana.Ullod@uab.cat

### Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: español (spa)

Algún grupo íntegramente en inglés: No

Algún grupo íntegramente en catalán: Sí

Algún grupo íntegramente en español: No

### Prerequisitos

No se requieren requisitos previos.

### Objetivos y contextualización

La asignatura forma parte de la materia de Comunicación Corporativa, en bloque con otras asignaturas como: Comunicación Interna, Gestión de la Imagen Pública, Fotografía Institucional y Corporativa.

En la sociedad actual y en un mundo tan globalizado, las crisis son una constante, afectando de una forma u otra en la imagen y reputación de las organizaciones.

Partiendo del ámbito corporativo, se trata de introducir al alumnado en el conocimiento de la gestión de las crisis empresariales e institucionales, las diferentes tipologías de crisis existentes y cómo gestionarlas desde el punto de vista comunicativo.

### Competencias

- Analizar y evaluar la estructura de los distintos tipos de organizaciones, de los medios de comunicación y de la relación entre ambos.
- Concebir, planificar y ejecutar proyectos de comunicación sobre la organización en todo tipo de soportes para los públicos internos y externos de la misma.
- Demostrar capacidad de liderazgo, negociación y trabajo en equipo.
- Establecer objetivos de comunicación y diseñar y aplicar las estrategias más adecuadas para la comunicación de las organizaciones y sus trabajadores, clientes y usuarios y la sociedad en general.
- Gestionar el tiempo de forma adecuada y ser capaz de planificar tareas a corto, medio y largo plazos.
- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

- Trabajar de acuerdo con la deontología profesional.

## **Resultados de aprendizaje**

1. Adaptarse a nuevas situaciones relacionadas con un entorno profesional en continua transformación.
2. Aplicar la conciencia ética en la creación de planes estratégicos y la forma de enfrentar una crisis de comunicación y defender la imagen pública.
3. Comunicarse con los periodistas y los miembros de la organización y públicos externos.
4. Demostrar capacidades de liderazgo e iniciativa.
5. Dominar las características y la estructura de los medios de comunicación en la zona geográfica de influencia de la organización, para la elaboración de su plan de medios.
6. Generar ideas creativas en su entorno de desarrollo profesional.
7. Idear y desarrollar mecanismos de comunicación de distinta índole teniendo en cuenta las características de la organización.
8. Identificar y describir los objetivos comunicativos de las organizaciones, para conseguir ventajas competitivas respecto de sus públicos externos e internos.
9. Organizar las actividades de los gabinetes de comunicación a corto, medio y largo plazo.
10. Planificar y ejecutar trabajos académicos en el ámbito de la comunicación corporativa a partir de la creación de planes de comunicación estratégicos.
11. Respetar las diferentes religiones, etnias, culturas, identidades sexuales, etc., de las personas que forman parte de la organización.
12. Trabajar de forma autónoma y, a partir del conocimiento adquirido, resolver problemas y tomar decisiones estratégicas.

## **Contenido**

1. Qué entendemos por crisis en el ámbito empresarial e institucional.
2. Qué caracteriza una crisis y sus riesgos
3. Secuencialidad del desarrollo de una crisis.
4. Tipologías de crisis más habituales
5. Principios de la comunicación de crisis
6. El plan de crisis. Dispositivo y manual de crisis.
7. Vinculación entre crisis empresarial/institucional y reputación, activismo de marca y responsabilidad social empresarial

## **Metodología**

MD1: Clases magistrales

MD2: Clases de resolución de problemas/casos/ejercicios

MD4: Elaboración de trabajos/informes

MD5: Lectura de artículos/informes de interés

MD6: Presentación oral de trabajos

MD7: Tutorías

MD8: Seminarios

MD11: Prácticas de aula

Nota: se reservarán 15 minutos de una clase dentro del calendario establecido por el centro o por la titulación para que el alumnado rellene las encuestas de evaluación de la actuación del profesorado y de evaluación de la asignatura o módulo.

## Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
<b>Tipo: Dirigidas</b>			
Clases magistrales	15	0,6	1, 2, 3, 6, 7, 8, 10, 11
Prácticas	24	0,96	1, 2, 6, 7, 8, 10
Seminarios	9	0,36	1, 2, 3, 6, 7, 8, 10, 11
<b>Tipo: Supervisadas</b>			
Tutorías	7,5	0,3	2, 6, 7, 8, 10
<b>Tipo: Autónomas</b>			
Trabajo del alumnado, lecturas, videos	87	3,48	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12

## Evaluación

*El sistema de evaluación que se aplicará en la asignatura es el siguiente:*

- realización de trabajos en grupo (50%) sobre la calificación final
- asistencia seminarios (10%) sobre la calificación final
- examen tipo test (40%) sobre la calificación final

*Para superar la asignatura deben aprobarse tanto los trabajos como el examen.*

*La asistencia a los seminarios y laboratorios es obligatoria (mínimo 80%), no siendo recuperable su realización ni asistencia.*

*El estudiante que realice cualquier irregularidad (copia, plagio, suplantación de identidad ...) que pueda conducir a una variante de la regularidad, la calificación final de la asignatura será 0.*

*La asignatura incluye la posibilidad de recuperación, bajo las siguientes directrices:*

- el alumno que suspenda el examen podrá acceder a un segundo examen en período de recuperación. En tal caso la nota máxima será de 10.
- el alumno que desee mejorar la nota de la primera convocatoria del examen deberá prepararse una bibliografía específica.

## Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Asistencia Seminarios	10%	3,5	0,14	1, 2, 4, 6, 7, 8, 10, 12
Examen	40%	2	0,08	2, 7, 8, 10
Trabajos prácticos	50%	2	0,08	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12

## Bibliografía

- Espinós, David, Dar la cara es la clave: cómo comunicar sin miedo en situaciones de crisis
- Estanyol, Elisenda, ¿Cómo elaborar un plan de comunicación corporativa? /
- López Menacho, Javier, SOS : 25 casos para superar una crisis de reputación digital
- Losada Díaz, José Carlos, (No) crisis : comunicación de crisis en un mundo conectado
- Remy, Paul, Manejo de crisis : ¿Qué hacer el día en que todo está en contra nuestra?
- Túñez López, Miguel, Comunicación corporativa : claves y escenarios

## Software

Para la realización de trabajos y presentaciones se necesitan procesadores de texto tipo Word, Power Point, Canva o similares.