

Comunicació de Crisis

Codi: 104781
Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2503868 Comunicació de les Organitzacions	OB	3	2

Professor/a de contacte

Nom: Ana Ullod Pujol

Correu electrònic: ana.ullod@uab.cat

Utilització d'idiomes a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: espanyol (spa)

Grup íntegre en anglès: No

Grup íntegre en català: No

Grup íntegre en espanyol: No

Prerequisits

No es requereixen requisits previs.

Objectius

L'assignatura forma part de la matèria de Comunicació Corporativa, en bloc amb altres assignatures com: Comunicació Interna, Gestió de la Imatge Pública, Fotografia Institucional i Corporativa.

En la societat actual i en un món tan globalitzat, les crisis són una constant, afectant d'una manera o altra en la imatge i reputació de les organitzacions. Partint de l'àmbit corporatiu, es tracta d'introduir a l'alumnat en el coneixement de la gestió de les crisis empresarials i institucionals, les diferents tipologies de crisi existents i com gestionar-les des del punt de vista comunicatiu.

Competències

- Actuar en l'àmbit de coneixement propi avaluant les desigualtats per raó de sexe/gènere.
- Analitzar i avaluar l'estructura dels diferents tipus d'organitzacions, dels mitjans de comunicació i de la relació entre tots dos.
- Concebre, planificar i executar projectes de comunicació sobre l'organització en tot tipus de suports per als públics interns i externs.
- Demostrar capacitat de lideratge, negociació i treball en equip.
- Establir objectius de comunicació i dissenyar i aplicar les estratègies més adequades per a la comunicació de les organitzacions i els seus treballadors, clients i usuaris i la societat en general.
- Gestionar el temps de manera adequada i ser capaç de planificar tasques a curt, mitjà i llarg terminis.
- Introduir canvis en els mètodes i els processos de l'àmbit de coneixement per donar respostes innovadores a les necessitats i demandes de la societat.
- Que els estudiants hagin desenvolupat aquelles habilitats d'aprenentatge necessàries per emprendre estudis posteriors amb un alt grau d'autonomia.
- Que els estudiants puguin transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tant especialitzat com no especialitzat.

- Que els estudiants sàpiguin aplicar els coneixements propis a la seva feina o vocació d'una manera professional i tinguin les competències que se solen demostrar per mitjà de l'elaboració i la defensa d'arguments i la resolució de problemes dins de la seva àrea d'estudi.
- Treballar d'acord amb la deontologia professional.

Resultats d'aprenentatge

1. Adaptar-se a noves situacions relacionades amb un entorn professional en contínua transformació.
2. Analitzar una situació i identificar-ne els punts de millora.
3. Aplicar la consciència ètica en la creació de plans estratègics i la manera d'afrontar una crisi de comunicació i defensar la imatge pública.
4. Comunicar fent un ús no sexista ni discriminatori del llenguatge.
5. Comunicar-se amb els periodistes i els membres de l'organització i públics externs.
6. Demostrar capacitats de lideratge i iniciativa.
7. Dominar les característiques i l'estructura dels mitjans de comunicació en la zona geogràfica d'influència de l'organització per elaborar-ne del pla de mitjans.
8. Generar idees creatives en el seu entorn de desenvolupament professional.
9. Idear i desenvolupar mecanismes de comunicació de diferent índole tenint en compte les característiques de l'organització.
10. Identificar i descriure els objectius comunicatius de les organitzacions, per aconseguir avantatges competitius respecte dels seus públics externs i interns.
11. Identificar situacions que necessiten un canvi o millora.
12. Organitzar les activitats dels gabinets de comunicació a curt, mitjà i llarg terminis.
13. Planificar i executar treballs acadèmics en l'àmbit de la comunicació corporativa a partir de la creació de plans de comunicació estratègics.
14. Respectar les diferents religions, ètnies, cultures, identitats sexuals, etc., de les persones que formen part de l'organització.
15. Treballar de manera autònoma i, a partir del coneixement adquirit, resoldre problemes i prendre decisions estratègiques.

Continguts

1. Què entenem per crisi en l'àmbit empresarial i institucional.
2. Què caracteritza una crisi i els seus riscos
3. Seqüencialitat del desenvolupament d'una crisi.
4. Tipologies de crisi més habituals
5. Principis de la comunicació de crisi
6. El pla de crisi. Dispositiu i manual de crisi.
7. Vinculació entre crisi empresarial / institucional i reputació, activisme de marca i responsabilitat social empresarial

Metodologia

The teaching methodology that will be applied in the subject is the following:

MD1: Master classes

MD2: Problem-solving classes / cases / exercises

MD4: Preparation of jobs / reports

MD5: Reading articles / reports of interest

MD6: Oral presentation of works

MD7: Tutorials

MD8: Seminars

MD11: Classroom practices

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, per a la complementació per part de l'alumnat de les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura/mòdul.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes magistrals	15	0,6	1, 3, 5, 8, 9, 10, 13, 14
Pràctiques	24	0,96	1, 3, 8, 9, 10, 13
Seminaris	9	0,36	1, 3, 5, 8, 9, 10, 13, 14
Tipus: Supervisades			
Tutories	7,5	0,3	3, 8, 9, 10, 13
Tipus: Autònomes			
Treball de l'alumnat, lectures, vídeos	87	3,48	1, 3, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 12, 13, 14, 15

Avaluació

El sistema d'avaluació que s'aplicarà en l'assignatura és el següent:

- realització de treballs en grup (50%) sobre la qualificació final
- assistència seminaris (10%) sobre la qualificació final
- examen tipus test (40%) sobre la qualificació final

Per superar l'assignatura s'han d'aprovar tant els treballs com l'examen.

L'assistència als seminaris és obligatòria (mínim 80%), i no és recuperable la seva realització ni assistència.

En cas que l'estudiant realitzi qualsevol irregularitat que pugui conduir a una variació significativa de la qualificació d'un acte d'avaluació, es qualificarà amb 0 aquest acte d'avaluació, amb independència del procés disciplinari que s'hi pugui instruir. En cas que es produeixin diverses irregularitats en els actes d'avaluació d'una mateixa assignatura, la qualificació final d'aquesta assignatura serà 0.

L'assignatura inclou la possibilitat de recuperació, sota les següents directrius: l'alumne que suspengui l'examen podrà accedir a un segon examen en període de recuperació. En aquest cas la nota màxima a obtenir seria aprovat (5 o 6).

L'alumne que desitgi millorar la nota de la primera convocatòria de l'examen s'haurà de preparar una bibliografia específica (a consultar amb l'equip docent). La nota definitiva seria l'última obtinguda, independentment que aquesta fos inferior a la primera.

En cas de segona matrícula, l'alumnat podrà fer una única prova de síntesi que consistirà en l'elaboració d'un treball. La qualificació de l'assignatura correspondrà a la qualificació de la prova de síntesi.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Assistència Seminaris	10%	3,5	0,14	1, 3, 6, 8, 9, 10, 13, 15
Examen	40%	2	0,08	3, 5, 7, 9, 10, 12, 13
Treballs pràctics	50%	2	0,08	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15

Bibliografia

- 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?](#)
- Túniz López, Miguel, [Comunicación corporativa : claves y escenarios](#)

Programari

Per a la realització de treballs i presentacions calen processadors de text tipus Word, Power Point, Canva o similars.