Universitat Autònoma de Barcelona

2023/2024

Comunicación de Crisis

Código: 104781
Créditos ECTS: 6

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

Contacto

Nombre: Ana Maria Ullod Pujol

Correo electrónico: ana.ullod@uab.cat

Idiomas de los grupos

Puede consutarlo a través de este enlace. Para consultar el idioma necesitará introducir el CÓDIGO de la asignatura. Tenga en cuenta que la información es provisional hasta el 30 de noviembre del 2023.

Prerrequisitos

No se requieren requisitos previos.

Objetivos y contextualización

La asignatura forma parte de la matéria 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

- Actuar en el ámbito de conocimiento propio evaluando las desigualdades por razón de sexo/género.
- 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.

- Introducir cambios en los métodos y los procesos del ámbito de conocimiento para dar respuestas innovadoras a las necesidades y demandas de la sociedad.
- 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. Analizar una situación e identificar sus puntos de mejora.
3. Aplicar la conciencia ética en la creación de planes estratégicos y la forma de enfrentar una crisis de comunicación y defender la imagen pública.
4. Comunicar haciendo un uso no sexista ni discriminatorio del lenguaje.
5. Comunicarse con los periodistas y los miembros de la organización y públicos externos.
6. Demostrar capacidades de liderazgo e iniciativa.
7. 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.
8. Generar ideas creativas en su entorno de desarrollo profesional.
9. Idear y desarrollar mecanismos de comunicación de distinta índole teniendo en cuenta las características de la organización.
10. Identificar situaciones que necesitan un cambio o mejora.
11. Identificar y describir los objetivos comunicativos de las organizaciones, para conseguir ventajas competitivas respecto de sus públicos externos e internos.
12. Organizar las actividades de los gabinetes de comunicación a corto, medio y largo plazo.
13. Planificar y ejecutar trabajos académicos en el ámbito de la comunicación corporativa a partir de la creación de planes de comunicación estratégicos.
14. Respetar las diferentes religiones, etnias, culturas, identidades sexuales, etc., de las personas que forman parte de la organización.
15. 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
Tipo: Dirigidas			
Clases magistrales	15	0,6	1, 3, 5, 8, 9, 11, 13, 14
Prácticas	24	0,96	1, 3, 8, 9, 11, 13
Seminarios	9	0,36	1, 3, 5, 8, 9, 11, 13, 14
Tipo: Supervisadas			
Tutorias	7,5	0,3	3, 8, 9, 11, 13
Tipo: Autónomas			
Trabajo del alumnado, lecturas, videos	87	3,48	1, 3, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 13, 14, 15

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 variación significativa de la calificación de un acto de evaluación, se calificará con 0 este acto

de evaluación. En caso de que se produzcan varias irregularidades, la calificación final de la asignatura será 0.

La asignatura incluye la posibilidad de recuperación, bajo las siguientes directrices: en caso de suspender la primera convocatoria de examen, la nota máxima a obtener en la recuperación es de aprobado (5/6). Los seminarios/prácticas se pueden recuperar, en cuyo caso la nota sería de aprobado (5/6).

El alumnado tendrá derecho a la recuperación de la asignatura si ha sido evaluado del conjunto de actividades, el peso de las cuales sea de un mínimo de 2/3 partes de la calificación total de la asignatura.

En caso de segunda matrícula, el alumnado podrá realizar una única prueba de síntesis que consistirá en la realización de un trabajo. La calificación de la asignatura corresponderá a la calificación de la prueba de síntesis.

Esta asignatura no prevé el sistema de evaluación única.

Actividades de evaluación continuada

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Asistencia Seminarios	10%	3,5	0,14	1, 3, 6, 8, 9, 11, 13, 15
Examen	40%	2	0,08	3, 5, 7, 9, 11, 12, 13
Trabajos prácticos	50%	2	0,08	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 10, 12, 13, 14, 15

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.