



## DATOS DE IDENTIFICACIÓN

<b>MATERIA:</b>	<b>COMUNICACIÓN DE CRISIS E ISSUES MANAGEMENT</b>				
<b>CENTRO ACADÉMICO:</b>	Ciencias Sociales y Humanidades				
<b>DEPARTAMENTO ACADÉMICO:</b>	Comunicación				
<b>PROGRAMA EDUCATIVO:</b>	Licenciatura en Comunicación Corporativa Estratégica				
<b>AÑO DEL PLAN DE ESTUDIOS:</b>	2019	<b>SEMESTRE:</b>	7 (Séptimo)	<b>CLAVE DE LA MATERIA:</b>	27899
<b>ÁREA ACADÉMICA:</b>	Comunicación Organizacional		<b>PERIODO EN QUE SE IMPARTE:</b>	Agosto- Diciembre	
<b>HORAS SEMANA T/P:</b>	2 2/2		<b>CRÉDITOS:</b>	6	
<b>MODALIDAD EDUCATIVA EN LA QUE SE IMPARTE:</b>	Presencial		<b>NATURALEZA DE LA MATERIA:</b>	Obligatoria	
<b>ELABORADO POR:</b>	Dr. Francisco Manuel cardona González				
<b>REVISADO Y APROBADO POR LA ACADEMIA DE:</b>	Comunicación Organizacional		<b>FECHA DE ACTUALIZACIÓN:</b>	Julio 2024	

## DESCRIPCIÓN GENERAL

Asignatura teórico - práctica que analiza los procesos de crisis y su impacto en el equilibrio de las organizaciones. Se describen también métodos, procesos y técnicas de gestión que permiten identificar los escenarios de futuros conflictos organizacionales; se abordan además los conceptos teóricos fundamentales para prospeccionar los temas sensibles generadores de crisis y prever protocolos de actuación en caso de contingencia. Son fundamento para este curso las materias de Periodismo corporativo, Entrenamiento para medios y formación de portavoces, Relaciones públicas y networking corporativo, asimismo se relaciona simultáneamente con Habilidades comunicativas para la alta Dirección y Taller de consultoría organizacional; es base para la materia de Dirección Estratégica de Comunicación y Evaluación de impactos de la comunicación corporativa.

## OBJETIVO (S) GENERAL (ES)

Al término del curso, el estudiante identificará los temas y asuntos susceptibles de convertirse en conflictos potenciales que representen un riesgo mediático para la imagen y reputación de cualquier empresa, institución u organización; desarrollará, a través de prácticas, simulaciones y recreación de escenarios, las habilidades y competencias para implementar estrategias, desarrollar contenidos, diseñar productos mediáticos, construir y comunicar discursos corporativos y gestionar relaciones con los diferentes stakeholders, que permitan a las organizaciones afrontar y solucionar las crisis, con veracidad, legalidad, responsabilidad social, proactividad ante los conflictos y disposición hacia la mediación y la negociación.

UNIDAD TEMÁTICA I: LA GESTIÓN DE CRISIS (15 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
El alumno reconocerá el concepto de crisis e issues management, así como las propuestas de modelos de gestión de crisis, a fin de reconocer las propuestas exitosas.	1.1 ¿Qué es crisis? 1.2 Tipologías de crisis 1.3 Modelos de gestión de comunicación de crisis 1.3.1 El modelo Cebolla (Model Onion) de Paunchant y Mitroff (1992). 1.3.2 El Modelo de Relaciones Públicas de Crisis (Model of Crisis Public Relations) de Marra (1996). 1.3.3 El Modelo de Crisis Evitables y No Evitables de González (1998) 1.3.4 El Modelo C.I.C.L.E (Calidad, Investigación, Control, Legislación, Ética) de Saura (2003). 1.4 Prepararse para enfrentar una crisis	ALCAT, Enrique (2008): "¿Crisis? Sí, gracias. La comunicación minimiza el impacto de una crisis", en Revista de Comunicación. BENAVENT, Miguel (2009) "La gestión de crisis", en HERNÁNDEZ, M.A. y MARCÍAS, A.: Comunicación Corporativa: las relaciones con los medios de comunicación, Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca, Salamanca. COSTA, Joan, Ed. (2009): DirCom, estrategia de la complejidad. Ed. UAB, UJI. UPF, UV. Valencia

UNIDAD TEMÁTICA II: GESTIÓN DE CRISIS EN UN MUNDO 2.0 (30 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
El alumno utilizará las herramientas de la Comunicación mediante la identificación de sus características para resolver casos empresariales reales.	2.1 El 2.0 como lugar sin retorno para la gestión de las crisis 2.2 Un mundo conectado y móvil 2.3 Las organizaciones pierden el control del discurso público 2.4 Mundialización y multiplicación de las crisis 2.5 Emociones 2.6 Reputación (corporativa) 2.7 La comunicación en la nueva relación de las organizaciones con las personas	Losada Díaz, J. C. (2010). Comunicación en la gestión de crisis: lecciones prácticas. Barcelona, Spain: Editorial UOC. Recuperado de <a href="https://elibro.net/es/ereader/uaa/33506?page=153">https://elibro.net/es/ereader/uaa/33506?page=153</a> . Caja Popular Mexicana, & Eguía Villaseñor, F. (2014). ABC de la cooperación (Cuarta edición, Vol. 3000). Caja Popular Mexicana.





UNIDAD TEMÁTICA III: PREPARACIÓN PARA LA GESTIÓN DE LA CRISIS (30 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Identificar y aplicar los elementos y fases del proceso de gestión de crisis considerando recursos humanos y técnicos de la empresa que le permitan hacer frente a una crisis.	<p>3.1 Gestión remota de las crisis: la doctrina del Issues Management y del Risk Management</p> <p>3.2 Gestión cercana de las crisis: gestión de las crisis potenciales</p> <p>3.3 Las relaciones en tiempos de paz marcan las relaciones en tiempos de crisis</p> <p>3.4 Construir mensajes y Storytelling</p> <p>3.5 Componente audiovisual</p> <p>3.6 Equipo humano</p> <p>3.7 Herramientas de comunicación</p> <p>3.7.1 Herramientas tradicionales 1.0</p> <p>3.7.2 Herramientas 2.0: Blog, Redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Mensajería electrónica</p> <p>3.7.3 Herramientas 3.0: Inteligencia artificial</p> <p>3.8 Preparación de los instrumentos de comunicación y los mensajes: Manual de Gestión de comunicación de crisis.</p>	<p>Losada Díaz, J. C. (2010). Comunicación en la gestión de crisis: lecciones prácticas. Barcelona, Spain: Editorial UOC. Recuperado de <a href="https://elibro.net/es/ereader/uaa/33506?page=158">https://elibro.net/es/ereader/uaa/33506?page=158</a>.</p> <p>Losada Díaz, J. (2018). (No)Crisis: comunicación de crisis en un mundo conectado. Barcelona, Spain: Editorial UOC. Recuperado de <a href="https://elibro.net/es/ereader/uaa/59140?page=9">https://elibro.net/es/ereader/uaa/59140?page=9</a>.</p> <p>VAN HOOK, S. (2000): «Media and public relations: A primer for business and government leaders in Russia and FSU. Crisis management», en West.net. (<a href="http://www.west.net/~wwmr/primer/module6.htm">www.west.net/~wwmr/primer/module6.htm</a>).</p>

UNIDAD TEMÁTICA IV: REACCIÓN ANTE LA CRISIS: PLAN DE COMUNICACIÓN DE CRISIS (30 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
El alumno será capaz aplicar el proceso de consultoría en una empresa y sus herramientas acordes a sus necesidades en una empresa o institución.	<p>4.1 Comunicar o no comunicar</p> <p>4.2 Principios clave para la comunicación en situaciones de crisis</p> <p>4.3 Investigación</p> <p>4.4 Identificación de los públicos prioritarios en la situación de crisis</p> <p>4.5 Instrumentos de comunicación</p> <p>4.6 La construcción del mensaje</p> <p>4.7 Reacciones estratégicas de comunicación</p> <p>4.8 Acciones después de la crisis</p> <p>4.9 Ética en la comunicación en crisis</p>	<p>LANI, Y. (1999): «In crisis is opportunity: making the best of a public relations problem», en Infotoday.com (<a href="http://www.infotoday.com/mls/oct99/story.htm">www.infotoday.com/mls/oct99/story.htm</a>).</p> <p>Losada Díaz, J. C. (2010). Comunicación en la gestión de crisis: lecciones prácticas. Barcelona, Spain: Editorial UOC.</p> <p>Losada Díaz, J. (2018). (No)Crisis: comunicación de crisis en un mundo conectado. Barcelona, Spain: Editorial UOC.</p>

\*En caso de no aplicar algún elemento, escribir **N/A**

Código: FO-030200-13  
Revisión: 02  
Emisión: 13/12/11



## **METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE**

Exposición del maestro, sesión de preguntas y respuestas, análisis de videos, análisis de casos reales, investigación por parte del alumno, trabajo en equipo.

## **RECURSOS DIDÁCTICOS**

Internet, acceso a plataformas digitales, proyector, multimedia, video proyección y fotocopias de casos.

## **EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES**

<b>EVALUACIÓN</b>	<b>%</b>	<b>COMPONENTES DE EVALUACION</b>
Primer Examen Parcial	25%	Examen escrito
Segundo Examen Parcial	25%	Examen práctico
Trabajo Final	50%	Avances, revisiones, entrega y presentación final del proyecto de consultoria



## FUENTES DE CONSULTA

---

### BÁSICAS:

1. ALCAT, Enrique (2008): “¿Crisis? Sí, gracias. La comunicación minimiza el impacto de una crisis”, en Revista de Comunicación.
2. BENAVENT, Miguel (2009) “La gestión de crisis”, en HERNÁNDEZ, M.A. y MARCÍAS, A.: Comunicación Corporativa: las relaciones con los medios de comunicación, Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca, Salamanca.
3. COSTA, Joan, Ed. (2009): DirCom, estrategia de la complejidad. Ed. UAB, UJI. UPF, UV. Valencia
4. DENNIS L.; PHILIP H.; WARREN K. y GLEN, T. (2001): Relaciones públicas. Estrategias y tácticas. Madrid, Pearson.
5. KENT, J. (2002): «Crisis communications: survival in a world of media madness», en IABC ([www.iabc.com](http://www.iabc.com)).
6. LANI, Y. (1999): «In crisis is opportunity: making the best of a public relations problem», en Infoday.com ([www.infoday.com/-mls/oct99/story.htm](http://www.infoday.com/-mls/oct99/story.htm)).
7. Losada Díaz, J. C. (2010). Comunicación en la gestión de crisis: lecciones prácticas. Barcelona, Spain: Editorial UOC. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/uaa/33506?page=158>.
8. Losada Díaz, J. (2018). (No)Crisis: comunicación de crisis en un mundo conectado. Barcelona, Spain: Editorial UOC. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/uaa/59140?page=9>.
9. VAN HOOK, S. (2000): «Media and public relations: A primer for business and government leaders in Russia and FSU. Crisis management», en West.net. ([www.west.net/~wwmr/primer/module6.htm](http://www.west.net/~wwmr/primer/module6.htm)).
10. <http://www.bidireccional.blogspot.com/> Blog de Nuria Vilanova, Grupo Inforpress: <http://www.nuria-vilanova.com>
11. Portal de la comunicación: <http://www.portalcomunicacion.com/esp/home.asp> Instituto Novartis de Comunicación en Biomedicina: [www.novartis.es](http://www.novartis.es)
12. Caja Popular Mexicana, & Eguía Villaseñor, F. (2014). *ABC de la cooperación* (Cuarta edición, Vol. 3000). Caja Popular Mexicana.

### COMPLEMENTARIAS:

Enlaces sobre comunicación de crisis

- Web de Enrique Alcat: [www.comunicaciondecrisis.com](http://www.comunicaciondecrisis.com) Molinero, S. (2008): “Comunicación de Crisis, Cuándo va mal, qué digo?” en Ideas y Negocios (<http://www.youmedia.es/enriquealcat/F/20080701CUANDOALGOVAMALQUEDI-GO.pdf>)
  - Sepúlveda, R. (2008): “Métodos y ejemplos para encarar una crisis”, Diario ABC “Una inversión más que un gasto”, en Diario Expansión, ([http://www.expansionyempleo.com/2006/06/26/desarrollo\\_de\\_carrera/969628.html](http://www.expansionyempleo.com/2006/06/26/desarrollo_de_carrera/969628.html))
  - Hinojosa, Silvia (2009): “Manual para Crisis”, en el diario La Vanguardia (<http://www.iceta.org/sh011109.pdf>)
  - Grupo Inforpress: Comunicación de crisis: 5 errores (<http://www.youtube.com/watch?v=g8B8o3ZW1Q>)
- Margulis, M. (1997, 1 noviembre).
- *Cultura y discriminación social en la época de la globalización* | Nueva Sociedad. Nueva Sociedad | Democracia y Política En América Latina. <https://nuso.org/articulo/cultura-y-discriminacion-social-en-la-epoca-de-la-globalizacion/>
  - Mentor Desarrollo Personal. (s. f.). PROCESO DE LA #CONSULTORIA | ETAPAS DE LA CONSULTORIA | MENTOR UNIVERSITARIO [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=6fl35LoEbM>

