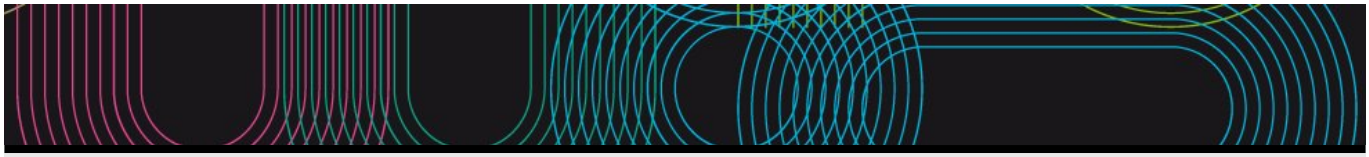

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Comunicación de crisis				
Asignatura	Comunicación de crisis			
Código	P04G190V01904			
Titulacion	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	4	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Comunicación audiovisual y publicidad			
Coordinador/a	Blanco González, Félix			
Profesorado	Blanco González, Félix			
Correo-e	felixblanco@uvigo.es			
Web				
Descripción general	La materia aborda las técnicas de comunicación empresarial durante las crisis, teniendo en cuenta que estas situaciones se convierten en eventos de carácter público. A través de temario se llega a la conclusión de que el único modo eficaz que tienen las organizaciones de enfrentarse a las crisis es la anticipación que implica la identificación de los procesos de comunicación propios de las crisis y la toma de posición o estrategias específicas y singulares.			

Competencias	
Código	
A2	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.
A3	Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
A4	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
B3	Competencia interpretativa del entorno: capacidad para analizar e interpretar el entorno económico, político, socio-cultural, tecnológico y comunicativo.
C4	Conocimiento teórico y práctico de las estructuras organizativas y de los procesos de la publicidad y de las relaciones públicas
C9	Conocimiento de las estrategias de comunicación y su desarrollo creativo, aplicables en todo tipo de organizaciones, así como de las metodologías necesarias para su análisis, auditoría y evaluación.
C12	Destrezas analítico-sintéticas: capacidad y habilidad para establecer la estrategia, planificación y procesos propios de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas.
C14	Destrezas directivas y colaborativas: capacidad y habilidad para responsabilizarse del área de comunicación de una organización, afrontando la gestión estratégica de sus intangibles, la responsabilidad social corporativa y las relaciones con diferentes públicos.
D2	Competencias creativas: capacidad para la creatividad, la innovación y la adaptación al cambio
D3	Competencias colaborativas: capacidad de adaptación a los objetivos y valores organizacionales y de trabajo en equipo
D4	Competencias directivas: capacidad para gestionar el tiempo, con habilidad para la organización de tareas
D5	Competencias directivas: capacidad de asumir el liderazgo en proyectos, gestionándolos eficientemente y asumiendo compromisos de responsabilidad social
D6	Competencias directivas: preparación para asumir el riesgo en la toma de decisiones

Resultados de aprendizaje	
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje

Identificar los elementos y sujetos implicados en un plan de comunicación de crisis, comprendiendo las funciones de los departamentos de comunicación dentro de las empresas e instituciones		C4	
Diferenciar las funciones convencionales de un departamento de comunicación de aquellas que deben establecerse en situaciones extraordinarias o de crisis		C4	
Analizar el entorno mediático y social para detectar los problemas comunicativos que puedan generar crisis en las organizaciones	B3		
Identificar y describir las estrategias de comunicación adecuadas para la resolución de procesos de crisis en empresas e instituciones		C9	
Diseñar y aplicar un plan de comunicación de crisis con las estrategias de comunicación adecuadas a las necesidades de empresas e instituciones teniendo en cuenta la imagen corporativa y la reputación de ese organismo		C12 C14	D2
Controlar los resultados de la aplicación de un plan de comunicación de crisis teniendo en cuenta a los diferentes públicos		C9	
Demostrar capacidad de análisis, síntesis y juicio crítico	A2 A3 A4		
Demostrar preparación para asumir el riesgo en la toma de decisiones			D6
Demostrar capacidad para trabajar en equipo en situaciones de crisis			D3
Gestionar el tiempo eficazmente, con habilidad para la organización de tareas incluso en situaciones de crisis con plazos limitados o incontrolables			D4
Asumir el liderazgo en situaciones de crisis atendiendo prioritariamente a los principios de responsabilidad social			D5

Contenidos

Tema	
La comunicación de crisis	Procesos de cambio y acontecimientos de crisis Características de las crisis
Tipología de las crisis	Según la naturaleza de los riesgos Según su duración
Anticipación a las crisis	Riesgos de una falta de anticipación Concebir un plan preventivo. Auditoría de riesgos (o de vulnerabilidad)
Identificar procesos de comunicación	Identificación de públicos prioritarios Análisis de los media claves
Toma de posición de la empresa	Comité de crisis Asociados a la empresa y colaboradores externos
Anticipar papeles de comunicación	Simulación de crisis Media training
Recursos y actitudes de comunicación	Procedimientos de vigilancia y control por parte del comité de crisis Actitudes estratégicas de comunicación

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Resolución de problemas y/o ejercicios	23	46	69
Sesión magistral	25	51	76
Pruebas de respuesta corta	1.5	3	4.5
Observacion sistemática	0.5	0	0.5

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
Resolución de problemas y/o ejercicios	Los alumnos en grupos de tres o cuatro, realizarán un trabajo a lo largo del curso. Este trabajo se dividirá en tres fases y al término de cada una de ellas los miembros del grupo realizarán una presentación en plenario. El trabajo se realizará siguiendo una pauta predeterminadas en el enunciado y los alumnos tendrán de contestar, como mínimo, a cada uno de los items de que consta el enunciado del trabajo. No obstante, cada grupo podrá elegir el tipo de trabajo que considere más adecuado con la única restricción de que tendrá que versar sobre una crisis en una organización.
Sesión magistral	La teoría se impartirá siguiendo el método de la lección magistral, apoyada por los recursos docentes audiovisuales de que se dispone en las aulas. Para aclarar y fijar conceptos se utilizará Internet para llevar al alumno los casos de crisis que se estén produciendo en ese momento, la fase en la que se encuentra, el modo en que se está intentando resolver y la tipologia.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Resolución de problemas y/o ejercicios	La atención personalizada se realizará durante las clases prácticas respondiendo a las preguntas que susciten los ejercicios. En las sesiones de teoría se responderá igualmente a las preguntas con aclaraciones o referencias que satisfagan las necesidades expuestas por el alumno/a. Se atenderám también a las preguntas o demandas de aclaraciones en los días y horas señaladas para las tutorías.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Resolución de problemas y/o ejercicios	La parte central de las prácticas será el desrrrollo del trabajo de curso, que se aboradará en grupos de 3 o 4 alumnos/as. El trabajo consistirá en el desarrollo de una plan preventivo de crisis y se realizará en tres fases. Tras resolución de cada fase el grupo de alumnos/as lo presentará al plenario de su grupo de prácticas y el ejercicio será evaluado con un 10 por ciento de la nota final, la segunda fase tendrá otro 10 por ciento y la tercera y última un 20 por ciento.	40	C9 D2 C12 D3 C14 D4 D5 D6
Pruebas de respuesta corta	Pruebas para evaluación de las competencias adquiridas que incluyen preguntas directas sobre un aspecto concreto. Los alumnos deben responder de manera directa y breve en base a los conocimientos que tienen sobre la materia.	50	A2 B3 C4 A3 C9 A4 C12 C14
Observacion sistemática	Asistencia a clase y atención personalizada	10	D3 D4 D5 D6

Otros comentarios sobre la Evaluación

La composición de la nota será el resultado de sumar la valoración de las referencias obtenidas en la atención personalizada, la calificación del trabajo de curso, más la calificación del examen que será una prueba teórica de preguntas para respuestas cortas. El examern teórico aportará el 50 por ciento de la nota; el trabajo de curso que se expondrá en grupo, aportará el cuarenta por ciento y la asistencia a clase, más la atención personalizdada el 10 por ciento restante. En el examen de preguntas de respuesta corta se valortará especialmente el conomienrto de los conceptos propios de la asignatura y una visión global de la comunicación.

Fuentes de información

FORD, Anibal, **Navegaciones. Comunicación, cultura y crisis.**, Amorrortu,

PIÑUEL RAIGADA, J.L. y GAITÁN MOYA, J.A., **Metodología General. Conocimiento científico e investigación en Comunicación Social.**, Síntesis,

NOGUERA VIVO, J.M., **Informar emociones. El lenguaje periodístico en la cobertura de catástrofes**, Libros en Red,

ROJAS ORDUÑA, Octavio Isaac, **La conversación en Internet que está revolucionando medios, empresas, políticos y ciudadanos**, Esic Editorial,

VICENTE MARIÑO, M., **La información televisiva durante la crisis del Prestige. Análisis de contenidos de los noticiarios de A3, TVE y TELE5**, UAB,

González Herrero, Alonso, **Marketing preventivo La comunicación de crisis en la empresa**, Bosch,

Fita Trias, Jaume, **Comunicación en programas de crisis**, Gestión 2000,

José Daniel Barquero y Mario Barquero Cabrero, **Marketing relacional y comunicación para situaciones de crisis**, Profit editorial,

Se recomiendan, especialmente, por contener referencias directas al temario de la asignatura los libros: Marketing preventivo.La comunicación de crisis en la empresa; La comunicación en programas de crisis; y Marketing relacional y comunicación para situaciones de crisis.

El resto de las publicaciones citadas en estas bibiliografía abordan temas singulares que pueden contribuir a una visión más específica de algunos de los muchos aspectos que atañen a las crisis en las organizaciones.

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Campañas de imagen y de relaciones públicas/P04G190V01901

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente