



DATOS IDENTIFICATIVOS

Comunicación de crise

Materia	Comunicación de crise			
Código	P04G190V01904			
Titulación	Grao en Publicidade e Relacións Públicas			
Descritores	Creditos ECTS 6	Sinale OP	Curso 4	Cuadrimestre 1c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento	Comunicación audiovisual e publicidade			
Coordinador/a	Torres Romain, Emma			
Profesorado	Torres Romain, Emma			
Correo-e	emmatr@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	A materia busca preparar aos alumnos e alumnas nun ámbito de traballo moi específico dentro da comunicación corporativa e institucional. Trátase de facer fronte á situacións de crise aplicando técnicas de comunicación sustentadas nos parámetros do issues management. Para este fin aplicaranse modelos estratéxicos baseados na anticipación, na xestión dos fluxos de comunicación e no media training.			

Resultados de Formación e Aprendizaxe

Código	
A4	Que os estudantes poidan transmitir información, ideas, problemas e solución a un público tanto especializado coma non especializado.
B3	Competencia interpretativa do entorno: capacidade para interpretar, analizar e interpretar o entorno económico, político, socio-cultural, tecnolóxico e comunicativo.
C9	Coñecemento das estratexias de comunicación e o seu desenvolvemento creativo, aplicables en todo tipo de organizacións, así como das metodoloxías necesarias para a súa análise, auditoría e avaliación.
C12	Destrezas analítico-sintéticas: capacidade e habilidade para establecer a estratexia, planificación e procesos propios da comunicación publicitaria e das relacións públicas.
C14	Destrezas directivas e colaborativas: capacidade e habilidade para responsabilizarse da área de comunicación dunha organización, afrontando a xestión estratéxica dos seus intanxibles, a responsabilidade social corporativa e as relacións con diferentes públicos.
D2	Competencias creativas: capacidade para a creatividade, a innovación e a adaptación ao cambio.
D3	Competencias colaborativas: capacidade de adaptación aos obxectivos e valores organizativos e de traballo en equipo.
D4	Competencias directivas: capacidade para administrar o tempo, con habilidade para a organización de tarefas.
D5	Competencias directivas: capacidade de asumir o liderado en proxectos, xeríndoos eficientemente e asumindo compromisos de responsabilidade social.
D6	Competencias directivas: preparación para asumir o risco na toma de decisións.

Resultados previstos na materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Diferenciar as funcións convencionais dun departamento de comunicación daquelas que deben establecerse en situacións extraordinarias ou de crises	C14	
Analizar a contorna mediática e social para detectar os problemas comunicativos que poidan xerar crises nas organizacións	B3	
Identificar e describir as estratexias de comunicación adecuadas para a resolución de procesos de crises en empresas e institucións	C9	
Deseñar e aplicar un plan de comunicación de crise coas estratexias de comunicación adecuadas ás necesidades de empresas e institucións tendo en conta a imaxe corporativa e a reputación dese organismo	C12 C14	D2

Controlar os resultados da aplicación dun plan de comunicación de crise tendo en conta aos diferentes públicos

C9

Demostrar capacidade de análise, síntese e xuízo crítico	A4	
Demostrar preparación para asumir o risco na toma de decisións		D6
Demostrar capacidade para traballar en equipo en situacións de crises		D3
Xestionar o tempo eficazmente, con habilidade para a organización de tarefas mesmo en situacións de crises con prazos limitados ou incontrolables		D4
Asumir o liderado en situacións de crises atendendo prioritariamente aos principios de responsabilidade social		D5

Contidos

Tema		
TEMA 1: Achegamento teórico á comunicación de crise	1.1. Definición da comunicación de crise e conceptos relacionados 1.2. A comunicación de crise dende a perspectiva teórica e empresarial. 1.3. A comunicación de crise no ámbito institucional.	
TEMA 2: Modelos e estratexias de comunicación de crise	2.1. Doutrina académica e profesional sobre a xestión da comunicación de crise 2.2. Principais modelos de xestión de crise 2.3. Auditoría de crise 2.4. Os plans de crise 2.5. O comité de crise	
TEMA 3: Estudio de casos	3.1. Crises na historia 3.2. Crises empresariais 3.3. Crises institucionais 3.3.1. Xestión de crise nas administracións públicas 3.4. O simulacro de crise	

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Lección maxistral	20	0	20
Estudo de casos	10	30	40
Simulación	10	30	40
Exame de preguntas obxectivas	1	20	21
Resolución de problemas e/ou exercicios	9	20	29

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Lección maxistral	Desenvolveranse sesións teóricas adicadas a expoñer os conceptos básicos que sustentan a materia. O desenvolvemento das clases realizarase co apoio de material audiovisual e traballando con textos e material adicional que lle será facilitado previamente ao alumno ou alumna.
Estudo de casos	De xeito paralelo ás sesións maxistras, facilitaranse fichas de casos reais nas que se tentará definir todo o relativo aos procesos de xestión aplicado e as consecuencias dos mesmos. Isto permitirá que o alumno ou alumna identifique modelos de xestión comunicativa en procesos de crise.
Simulación	Realizaranse distintas simulacións de elementos de reposta en tempo real a situacións de crise: redacción de comunicados, roldas de prensa, entrevistas, etc.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Lección maxistral	Organizarase o correspondente horario de tutorías para prestar atención ás dúbidas que os estudantes poidan ter con respecto aos contidos da materia.

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe			
Estudo de casos	As análises realizadas dos casos traballados na aula	30	A4	B3	C9 C12 C14	D2 D3 D4 D5 D6

Simulación	Exercicios reais de resposta ás crises.	40	A4	B3	C9 C12 C14	D2 D3 D4 D5 D6
Exame de preguntas obxectivas	Exame escrito na data marcada polo centro.	10	A4	B3	C9 C12 C14	D2 D3 D4 D5 D6
Resolución de problemas e/ou exercicios	Resposta a cuestionarios ou actividades sobre os contidos da clases teóricas ou prácticas.	20	A4	B3	C9 C12 C14	D2 D3 D4 D5 D6

Outros comentarios sobre a Avaliación

NORMATIVA DE AVALIACIÓN DA MATERIA - CURSO 2023-2024

A presente normativa axústase ao establecido no Regulamento sobre a avaliación, a calificación e a calidade da docencia e do proceso de aprendizaxe do estudantando (Aprobado no Claustro do 18 de abril de 2023. Máis info) ao que se refiren os artigos citados nesta normativa.

1. DA NATUREZA DA MATERIA

1.1. A materia Comunicación de Crise está incluída no plan de estudos do Grao en Publicidade e Relacións Públicas como unha materia de carácter **OPTATIVO**.

1.2. Esta materia impártese en réxime **PRESENCIAL** polo que é deber dos estudantes asistir ás sesións docentes prácticas e teóricas no horario establecido polo centro (Artigo 13).

1.3. A avaliación da materia realízase mediante o sistema de **AVALIACIÓN CONTINUA** (Artigo 20), sendo preciso realizar unha renuncia expresa por parte do estudante para realizar unha avaliación global (Ver regulamento do centro).

2. DOS BAREMOS DE AVALIACIÓN DA MATERIA

2.1. AVALIACIÓN CONTINUA.

2.1.1. O sistema de **avaliación continua** da materia realízase atendendo a tres factores:

- a) Superar a **parte práctica**, coa realización das actividades programadas.
- b) Superar a **parte teórica**, mediante o sistema de avaliación continua.
- c) **Asistencia** e participación do alumnado nas clases teóricas e prácticas.

2.1.2. Para superar a **parte práctica** deberán realizarse as actividades programadas en tempo e forma e sempre a baixo á supervisión docente. Ditas actividades deberán realizarse en grupo e poranse en marcha nas sesións de talleres e seminarios. Estas actividades valoraranse sobre un máximo de 10 puntos e supoñen un 40% da avaliación da materia,

subdividido en actividades diversas e tendo en conta as seguintes consideracións:

a) Cada unha das actividades da parte práctica será valorada cunha puntuación máxima e terá asignada unha carga de horas prácticas que lle serán comunicadas ao alumnado antes de realizar a mesma. Do mesmo xeito indicárase un prazo de entrega que non poderá ser modificado baixo ningunha circunstancia.

b) As actividades prácticas serán realizadas preferentemente en equipo, sen prexuízo de que poidan realizarse actividades individuais de xeito puntual. Todos os membros do grupo de prácticas recibirán a mesma cualificación, excepto naqueles casos nos que un membro do equipo se ausente dalgunha sesión práctica sen causa xustificada, o que suporía a minorización da cualificación de formar equivalente.

c) Tódalas actividades prácticas realizaranse nas sesións prácticas que están programadas nos horarios de docencia da materia. Isto non evitará que, nalgúns casos, os alumnos e alumnas teñan que cumprimentar os seus traballos fora da aula. En calquera caso, será labor do docente tentar que os alumnos e alumnas saquen o máximo rendemento desas sesións. Pola súa natureza, as actividades prácticas grupais non poderán ser repetidas nin cando a ausencia sexa por causa xustificada (artigo 15 da normativa da Universidade de Vigo). Sendo valoradas neses casos cun aprobado (5 puntos) para os estudantes que se atopen nesa circunstancia.

2.1.3. Para superar a **parte teórica** os alumnos e alumnas deberán superar as actividades individuais e grupais de avaliación continua que se desenvolverán na aula ou fóra da aula segundo as indicacións do docente. Ademais, deberán realizar un exame teórico escrito individual sobre os contidos teóricos que se impartan a aula e que están recollidos no programa. A parte teórica da materia valorarase sobre un máximo de 10 puntos e suporá un 40% da avaliación da materia, tendo en conta as seguintes consideracións:

a) As clases desenvolveranse mediante sesións maxistras participativas que se combinarán coa realización de actividades individuais de reforzo dos contidos e avaliación do progreso dos estudantes. O docente facilitará ao inicio de curso unha axenda das actividades previstas.

b) As actividades de avaliación continua da parte teórica realizaranse prioritariamente na aula, podendo alongarse o período de entrega das mesmas fóra da aula en casos puntuais (polo volume da actividade ou por necesidades de organización). Só poderá realizarse a actividade fóra da data marcada ou fóra da aula cando se produza unha ausencia xustificada (artigo 15 da normativa da Universidade de Vigo) e sempre nun período non superior a dúas semanas dende a celebración da actividade. No caso de actividades grupais aplicárase o mesmo criterio que no relativo á parte práctica da materia (Ver apartado 2.1.2.c).

2.1.4. A **asistencia a clase** ten carácter obrigatorio. Para obter a máxima cualificación neste apartado é preciso asistir ao 100% das clases. A cualificación reducirase en función das faltas de asistencia de forma exponencial aplicando o seguinte baremo:

Táboa 1. Baremo de cualificación por asistencia. Creatividade Publicitaria Audiovisual. Curso 2023-2024.

Sesións*	Porcentaxe de asistencia	Cualificación
Menos de 16 sesións	Menos do 50%	0 puntos
16-25 sesións	51-75%	7 puntos
25-30 sesións	76-90%	9 puntos
30-33 sesións	91-100%	10 puntos

* Para o curso 2023-2024 establécense un total de 11 sesións teóricas de 2 horas (total 22 horas) e 12 sesións prácticas de 2 horas (total 24 horas), restando 2 horas para a presentación de traballos e realización do exame final. Para o cómputo de avaliación teránse en conta 33 sesións.

2.1.5. A **avaliación final** da materia realizarase aplicando a seguinte distribución:

- a) Teoría. Puntuación. Máxima 10 puntos/ Porcentaxe da nota 40%
- b) Práctica. Puntuación Máxima 10 puntos / Porcentaxe da nota 40%
- c) Asistencia. Puntuación Máxima 10 puntos / Porcentaxe da nota 20%

É requisito indispensable obter un mínimo de 5 puntos en cada unha das partes. Non se aplicará unha media cunha puntuación inferior nalgunha das tres partes.

No caso de que un estudante non supere as actividades de avaliación continua (mínimo de 5 puntos sobre 10) aplicaranse os seguintes criterios:

Táboa 2. Criterios sistema de avaliación continua. Creatividade Publicitaria Audiovisual. Curso 2023-2024.

Elemento de avaliación	Situación	Corrección da cualificación
Teoría	O estudante obtivo menos de 5 puntos nas actividades de avaliación continua da aula.	O estudante deberá realizar o caso práctico na convocatoria de xuño.
Teoría	O estudante obtivo menos de 5 puntos no exame final da materia	O estudante deberá repetir o exame teórico na convocatoria de xullo.
Teoría	O estudante obtivo menos de 5 puntos nas actividades de avaliación continua e no exame final da materia.	O estudante deberá repetir o exame teórico e realizar o caso práctico na convocatoria de xullo.
Práctica	O estudante obtivo menos de 5 puntos no proxecto final da materia.	O estudante deberá realizar a proba oral na convocatoria de xullo.
Asistencia	O estudante obtivo menos de 5 puntos por asistencia á materia.	O estudante deberá realizar o exame teórico da avaliación global da materia.

2.2. AVALIACIÓN GLOBAL.

2.2.1. O estudantado deberá informar ao docente da súa **renuncia expresa ao sistema de avaliación continua no prazo establecido** polo centro para tal fin, axuntando cuberto e asinado o documento habilitado para tal fin. Ningún outro sistema de comunicación é válido para facer constar esta renuncia e enténdese que, de non se tramitado de tal xeito, o alumno ou alumna seguirá acollido ao sistema de avaliación continua da materia.

2.2.2. O sistema de **avaliación global** da materia realízase atendendo a dous factores:

a) Superar a parte práctica, coa realización das actividades que confirmen os resultados previstos.

b) Superar a parte teórica, mediante a realización do correspondente exame final.

2.2.3. Para superar a **parte práctica**, o estudante que renuncia á avaliación continua deberá presentar realizar un exame oral e unha proba escrita (caso práctico) na data de celebración do exame oficial. Facilitaranse as instrucións e correspondente rúbrica nun prazo máximo de un mes dende o comezo das clases. Cada unha das actividades terá un peso dun 30% na cualificación final da materia.

2.2.4. Para superar a **parte teórica**, o estudante que renuncia á avaliación continua, deberá realizar un exame teórico específico e presentar un traballo académico na data de celebración do exame oficial. Facilitaranse as instrucións e correspondente rúbrica nun prazo máximo de un mes dende o comezo das clases. Cada unha das actividades terá un peso dun 20% na cualificación final da materia.

2.2.5. A **avaliación final** no sistema de avaliación global realizarase aplicando a seguinte distribución:

a) Teoría. Puntuación. Máxima 10 puntos/ Porcentaxe da nota 60% / dúas actividades co 30%

b) Práctica. Puntuación Máxima 10 puntos / Porcentaxe da nota 40% / dúas actividades co 20%

É requisito indispensable obter un mínimo de 5 puntos en cada unha das partes. Non se aplicará unha media cunha puntuación inferior nalguna das actividades.

Como síntese, a avaliación global deberá atender aos seguintes elementos:

Táboa 3. Criterios sistema de avaliación global. Creatividade Publicitaria Audiovisual. Curso 2023-2024.

Bloque	Actividade	Descrición	Porcentaxe
Teoría	Exame teórico final de avaliación global.	Exame tipo test de 100 preguntas (1 hora)	20%
Teoría	Traballo académico	Traballo académico escrito sobre algún dos contidos teóricos da materia.	20%
Práctica	Exame oral	Desenvolvemento de pezas audiovisuais conforme as instrucións e rúbricas específicas	30%
Práctica	Caso práctico final de avaliación global	Redacción dunha análise crítica sobre unha campaña publicitaria audiovisual (30 min)	30%

2.2.6. As probas de avaliación global realizaranse co seguinte **calendario de traballo**:

1. Exame teórico final. Na mesma data e horario que o exame da convocatoria ordinaria segundo o calendario oficial aprobado polo centro.
2. Traballo académico. Deberá presentarse a través da plataforma Moovi antes da data e hora de comezo do exame da convocatoria ordinaria.
3. Exame oral. Realizarase con posterioridade ao exame teórico e o caso práctico, deixando unha marxe de 30 minutos.
4. Caso práctico. Realizarase despois de rematar o exame teórico da materia.

-

3. DO CONTROL DE ASISTENCIA

3.1. En todas as sesións prácticas e de seminario tomarase nota dos membros asistentes. Nas clases teóricas estes controis poderán facerse de xeito aleatorio.

3.2. Só se poderán xustificar as faltas de asistencia que se axusten ao establecido no Artigo 15 do Regulamento sobre avaliación, a cualificación e a calidade da docencia e do proceso de aprendizaxe do estudiantado (Aprobado no claustro do 18 de abril de 2023).

3.3. Os xustificantes de asistencia deberán ser presentados por escrito nun prazo máximo de 2 semanas dende que se produciu a ausencia para permitir unha correcta xestión da documentación da materia. Nese mesmo período deberá acordarse a posible recuperación de actividades non realizadas atendendo aos criterios descritos nesta normativa. Non poderán reprogramarse actividades máis aló dese prazo.

3.4. As faltas de asistencia reiteradas non supoñen, en ningún caso, o cambio da avaliación continua a avaliación global. Dito cambio só pode realizarse mediante renuncia expresa no prazo e proceso establecido polo centro.

4. DA CONVOCATORIA DE XULLO-2ª OPORTUNIDADE / EXTRAORDINARIA

4.1. O sistema de avaliación para a convocatoria de xullo-2ª Convocatoria e extraordinaria (inmediata á primeira convocatoria) é exactamente igual que o da convocatoria ordinaria (Artigo 23), é dicir, son aplicados os baremos recolleitos no apartado 2. Mantense a consideración de que é requisito indispensable obter un mínimo de 5 puntos en cada unha das partes. Non se aplicará unha media cunha puntuación inferior nalgunha das partes.

4.2. Obsérvanse as seguintes peculiaridades.

a) Na convocatoria de **2ª oportunidade para avaliación continua** as probas son as seguintes:

- (1) Exame teórico. O mesmo exame que na convocatoria ordinaria.
- (2) Actividades de aula. Resposta de cuestionarios de resume dos realizados na aula.
- (3) Exame oral. O alumno ou alumna deberá realizar unha proba de cámara segundo o contemplado na parte práctica da materia.
- (4) Caso práctico. Redacción dun caso práctico conforme ao contemplado na materia.

b) Na convocatoria de **2ª oportunidade para avaliación global** as probas son as seguintes:

- (1) Exame teórico. Exame específico da totalidade do contido da materia.
- (2) Traballo académico. Traballo académico sobre contidos da materia.
- (3) Exame oral. O alumno ou alumna deberá realizar unha proba de cámara segundo o contemplado na parte práctica da materia.
- (4) Caso práctico. Redacción dun caso práctico conforme ao contemplado na materia.

c) Segundo os **contidos superados na primeira convocatoria**, o alumno ou alumna deberá realizar os traballos e actividades que correspondan, segundo se resume na seguinte táboa (**Ö**=proba superada):

Táboa 4. Criterios de avaliación 2ª oportunidade. Creatividade Publicitaria Audiovisual. Curso 2023-2024.

Avaliación continua				
Exame teórico (1)	Actividades de aula (2)	Proba oral (3)	Caso práctico (4)	2ª oportunidade
0				2, 3, 4
0	0			3, 4
0	0	0		4
	0	0	0	1
		0	0	1, 2
			0	1, 2, 3
				1, 2, 3, 4
Avaliación global				
Exame teórico (1)	Traballo académico (2)	Proba oral (3)	Caso práctico (4)	2ª oportunidade
0				1, 2, 3, 4
0	0			1, 2, 3, 4
0	0	0		1, 2, 3, 4
	0	0	0	1, 2, 3, 4
		0	0	1, 2, 3, 4
			0	1, 2, 3, 4
				1, 2, 3, 4

4.3. As particularidades recollidas no apartado anterior non son modificables BAIXO NINGUNHA CIRCUNSTANCIA e baséanse nos seguintes criterios básicos:

- a) As cualificacións da **avaliación continua** só teñen validez para as convocatorias do ano académico (ordinaria, 2ª convocatoria e extraordinaria inmediata). No curso posterior será preciso realizar a totalidade dos elementos de avaliación.
- b) As cualificacións da **avaliación global**, pola súa propia natureza e atendendo ao Regulamento da Universidade de Vigo supoñen unha alternativa dentro da mesma oportunidade de avaliación, a disposición do estudantado que renuncie á avaliación continua (Artigo 19, apartado 3), só serán válidas para cada convocatoria, polo que será preciso superar a totalidade dos elementos de valoración en cada oportunidade.
- c) En todos os casos queda garantido o dereito do estudantado a optar á máxima cualificación (Artigo 19. Apartado 6).

5. DA COLABORACIÓN DOCENTES / ESTUDANTES

5.1. Existe un sistema de reserva de **titorías** a través do seguinte enlace:

<https://calendly.com/emmatorresromay/titoria-presencial>. Nas sesións de titorías (só de carácter presencial) resolveranse dúbidas sobre aspectos teóricos e prácticos da materia, pero non se poderán facilitar apuntamentos nin realizar clases teóricas completas (Artigo 16).

5.2. A información sobre as probas de avaliación, o seu formato, extensión, rúbrica de avaliación e canles de entrega serán detalladas a través da **plataforma Moovi**. É responsabilidade do alumno ou alumna estar atento á información subida e recompilar o material específico e complementario que sexa preciso para a superación da materia, tendo en conta que non se facilitarán apuntamentos escritos senón materiais de apoio das sesións teóricas e prácticas, así como bibliografía específica e complementaria.

5.3. O docente **non remitirá materiais de traballo de xeito individual** nin remitirá correos electrónicos de aviso (atendendo ás limitación establecidas polas normativas de xestión de datos persoais) polo que é responsabilidade do estudante activar as correspondentes alertas para pode dispoñer dos avisos e notificacións que só se remitirán dende a plataforma Moovi.

A presente normativa é aplicable a todos os alumnos e alumnas matriculados nesta materia SEN EXCEPCIÓN

Emma Torres Romay, xullo de 2023

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

Barquero, J. D. y Barquero Cabrero, M., **Marketing relacional y comunicación para situaciones de crisis**, Profit editorial, Profit editorial, 2010

González Herrero, Alonso, **Marketing preventivo La comunicación de crisis en la empresa**, 9788476765197, Bosch, 1998

Fita Trias, Jaume, **Comunicación en programas de crisis**, 9788480883542, Gestión 2000, 1999

Bibliografía Complementaria

Costa, Carlos Víctor, **Comunicación de crisis, redes sociales y reputación corporativa**, 9788417914325, ESIC Editorial, 2019

Burgueño, José Manuel, **Qué hacer cuando arde la red. Gestión de crisis de comunicación online**, 9788491802433, Editorial UOC, 2019

Losada Díaz, José Carlos, **Comunicación en la gestión de crisis. Lecciones prácticas**, 9788497888813, Editorial UOC, 2010

Marín, Francisco, **Comunicación de crisis**, 9788483561720, LIDL Editorial, 2009

Saura, Pilar, **La gestión y la comunicación de crisis en el sector de alimentación y bebidas**, 9788484681625, Universidad Pontificia de Comillas, 2005

Recomendacións

Materias que continúan o temario

Traballo de Fin de Grao/P04G190V01991

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Campañas de imaxe e de relacións públicas/P04G190V01901

Dirección de comunicación/P04G190V01701

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Teoría e práctica das relacións públicas/P04G190V01205

Comunicación: Imaxe corporativa/P04G190V01303

Planificación estratéxica das relacións públicas/P04G190V01503

Técnicas de relacións públicas/P04G190V01604