

[Regresar...](#)

Administración de la Comunicación de Crisis

Datos Generales

1. Nombre de la Asignatura	2. Nivel de formación	3. Clave de la Asignatura
Administración de la Comunicación de Crisis	Licenciatura	CU191
4. Prerrequisitos	5. Área de Formación	6. Departamento
Ninguno	Optativa abierta	Departamento de Administración
7. Academia	8. Modalidad	9. Tipo de Asignatura
Sociología de las Organizaciones	Presencial	Curso-Taller
10. Carga Horaria		
Teoría	Práctica	Total
40	40	80
Créditos		
8		

12. Trayectoria de la asignatura

Esta asignatura es parte de la orientación optativa abierta en **Comunicación Corporativa** que incluye además las asignaturas de **Relaciones Públicas** y **Comunicación**, así como la de **Plan de Relaciones Públicas** y **Comunicación Integral**, la pueden cursar los alumnos de las Licenciaturas: Administración Financiera y Sistemas, Contaduría Pública, Economía, Administración, Mercadotecnia, Negocios Internacionales, Turismo, Tecnología de la Información.

Contenido del Programa

13. Presentación

En la actualidad, las acciones u omisiones de las organizaciones públicas y privadas están sometidas a un escrutinio del público a través de diversos medios de **comunicación**, de esta forma cuando se presenta una situación de crisis, entonces estos medios multiplican los efectos e impacto en la sociedad, como la imagen, la credibilidad y confianza y por consiguiente una baja en las utilidades el caso de las empresas .

14.- Objetivos del programa

Objetivo General

Que el estudiante adquiera los conocimientos básicos necesarios en el diseño y ejecución de proyectos de gestión de la **comunicación** situaciones de crisis, aplicables a las organizaciones públicas y privadas.

15.-Contenido

Contenido temático

Unidad 1: Relaciones públicas y crisis 15 hrs.

Unidad 2: Gestión de conflictos potenciales 20 hrs.

Unidad 3: Comunicación de crisis y los medios 20 hrs.

Unidad 4: Crisis públicas en las Organizaciones 15 hrs.

Unidad 5: Gestión de la reputación en la Organización 10 hrs.

Contenido desarrollado

Unidad 1: Relaciones públicas y crisis.

Objetivo Particular: Conocer la importancia de la comunicación en las organizaciones.

1.1 Impacto social en las organizaciones.

1.2 Comunicación de crisis en las organizaciones

1.3. Categorías de problemas en la organización.

1.4. Factores de riesgo

1.5. Tipología de crisis.

Unidad 2: Gestión de conflictos potenciales.

Objetivo Particular: Identificar los diferentes Conflictos que se presentan en las organizaciones.

2.1 Antecedentes de conflicto.

2.2 Conflicto vs. Crisis.

2.3 Definición y aplicación de la gestión de conflictos

2.4 La preparación ante la crisis.

Unidad 3: Comunicación de crisis y los medios.

Objetivo Particular: Analizar diferentes tipos de comunicación en las empresas.

3.1. Las organizaciones y los medios de comunicación.

3.2 Noticias periodismo y periodistas.

3.3. Casos de crisis.en las Organización

3.4. La opinión pública y los medios.

3.5 Elaboración del plan de Medios.

Unidad 4: Crisis Públicas en las Organizaciones

Objetivo Particular: Verificar distintas crisis que se presentan en las organizaciones

4.1 Escenarios de posibles crisis en las Organizaciones

4.2 Estrategias de solución de crisis en las Organizaciones

4.3 Evaluación y control. de las crisis en las Organizaciones

Unidad 5: Gestión de la reputación en la Organización.

Objetivo Particular: Verificar las relaciones e imagen corporativa

5.1 Relaciones internas.de la Organización

5.1 Restauración de la imagen. de las Organizaciones

16. Actividades Prácticas

Visitas técnicas, asistencia a conferencias, asistencia a seminarios y simposio, investigación de campo respecto a los temas analizados en el curso.

17.- Metodología

Deductivo, analítico, tutorial, explorativo, cooperativo, individuales, grupales, talleres, estudios de casos, lectura previa, elaboración de ficha de resumen, discusión de temas, resolución de ejercicios, trabajos de investigación, formulación de ensayos, exposición del maestro, exposición de alumnos, acetatos, pizarrón, ejercicios prácticos, películas, audiovisuales, libros de texto.

18.- Evaluación

Evaluación
Asistencia 10%

Participación y Dinámicas 30%

Tareas 30 %

Proyecto Final 30%

NOTA: LA PONDERACIÓN DE ESTOS CRITERIOS QUEDARA A CRITERIO DE CADA MAESTRO QUE IMPARTE LA MATERIA AL INICIO DE CADA CICLO ESCOLAR.

Para cumplir con el artículo 52 del Reglamento General de Evaluación y Promoción de los Alumnos de la Universidad de Guadalajara, para obtener el derecho de acreditar la materia, deberán obtener un 80% de asistencias para el periodo ordinario y para el extraordinario el 60% de asistencias.

19.- Bibliografía

Libros / Revistas Libro: Caótica Administración y marketing en tiempos de caos
Koter, philip (2010) Norma No. Ed 1°

ISBN: 978-958-45-2558-21

Libro: Éxito con o sin Criisis
Díaz Cardiel, Jorge (2012) LID No. Ed 1°

ISBN: 9788483566992

Libro: Saca la crisis de tu cabeza. Claves para un buen autodiagnóstico de tu situación y de tu empresa
Chiesa de Negri, Cosimo (2013) Urano No. Ed 1°

ISBN: 978-84-9944-536-6

Otros materiales

20.- Perfil del profesor

El perfil de los docentes es licenciatura en cualquier disciplina de las ciencias de la comunicación, o bien, en alguna de las disciplinas de las ciencias administrativas con grado de maestría en comunicación o relaciones públicas, contar experiencia laboral y docente en medios de comunicación, relaciones públicas, imagen o protocolo.

21.- Nombre de los profesores que imparten la materia

Código:

Cordero Martín Adriana
Código: 9309071

Torres Flores María de los Ángeles

Código: 9324879

22.- Lugar y fecha de su aprobación

Zapopan, Jalisco, 11 de octubre 2016.

23.- Instancias que aprobaron el programa

Firmas de los profesores que participaron y aprobaron el programa, así como del Colegio Departamental que lo avala.

24.- Archivo (Documento Firmado)

[Administración de la Comunicación de Crisis-10.pdf](#)

Imprimir 

[Regresar...](#)