



MANEJO ESTRATÉGICO DE CRISIS EN MEDIOS DIGITALES



Rosario
GSB

LEARNING HUB

Educación Continua
y Consultoría



**Rosario
GSB**

Graduate School of Business
Universidad del Rosario

Desde el **2017 el Rosario GSB - Graduate School of Business** se ha consolidado como una escuela orientada a la formación posgradual en el campo de los negocios y las organizaciones en el sector privado y público. Nuestro propósito central es ofrecer programas de formación directiva orientados a la creación, crecimiento e innovación en los negocios para agregar valor a las empresas en el contexto local e internacional.

Trascendemos talento formando magísteres, considerando las siguientes premisas:

- ◆ Liderazgo adaptativo.
- ◆ Inteligencia colaborativa.
- ◆ Pensamiento con sentido por la vida, la familia y la profesión.

Somos la
3^a mejor escuela de negocios en Bogotá,
según el **ranking América Economía.**

¡Conviértete en un líder digital ante la *adversidad!*



Duración:
3 semanas (9 horas)



Acceso remoto

Martes
6:00 p. m. a 9:00 p. m.



Dirigido a:

Profesionales en marketing, administración, publicidad, comunicaciones, relaciones públicas y áreas de recursos humanos que tengan un rol decisivo en promover estrategias de comunicación, mercadeo y relaciones públicas, basadas en medios digitales como Internet y las redes sociales.



Conferencista:

• **Manuel Caro**

Ingeniero de Sistemas de la Universidad de los Andes, con una experiencia de 28 años en marketing digital. Profesor desde 2010, de más de 350 cursos de educación posgrado, continua, in companies.

Sobre el programa

Entendiendo una Crisis como ese Momento decisivo de un negocio, grave y de consecuencias importantes, estos momentos son capaces de provocar una gran presión mental, pues:

- a. Producen amenazas a los objetivos y valores de personas u organizaciones.
- b. Generan conductas asociadas a factores patológicos (ineficiencia, recriminaciones...)
- c. Producen sobrecargas de información o ambigüedad.
- d. Generan fatiga mental y física.
- e. Provocan tensiones en los grupos y en las personas.

La comunicación se ha revelado como un aliado fundamental de las empresas para una gestión correcta de la situación de crisis. Generar confianza en el compromiso y la capacidad de su compañía para contener y controlar en medios digitales cualquier posible incidente relacionado con su actividad e imagen, son temas relacionados con el eje de este curso.

Los estudiantes explorarán herramientas y técnicas para monitorear y analizar la percepción del público en línea, y cómo aprovechar los medios sociales y otras plataformas digitales para comunicarse de manera efectiva durante momentos críticos.

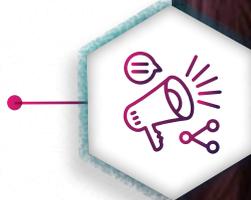
Al final del curso, los estudiantes estarán equipados con las habilidades y conocimientos necesarios para proteger la reputación de su marca y manejar cualquier situación de crisis de comunicación en línea de manera efectiva.

Objetivos específicos

Saber cómo prepararse ante una crisis de comunicación.



Conocer y distinguir los diferentes elementos que conforman una Crisis.



Saber cómo reaccionar ante el surgimiento de una Crisis de comunicación.



Conocer las fases de un Plan de Crisis y los elementos que componen cada fase.



Conocer el concepto Dark Site y planear el desarrollo de este para la compañía.



Planificar la conformación del Comité de Crisis.





Metodología

Sesiones Expositivas. En las sesiones sincrónicas se presenta de manera sintética, secuencial y motivadora los contenidos del curso a través de la exposición oral con apoyo audiovisual.

Aprendizaje Cooperativo. Es una estrategia en la que un grupo de participantes trabaja en colaboración en una tarea determinada. La tarea puede ser tan simple como resolver un cuestionario o tan compleja como escribir una historia.

Talleres Prácticos. Es un método que permite a los alumnos convenientemente agrupados, realizar y discutir un trabajo concreto, intervenir en una actividad exterior, o encontrar solución a un problema sometido al examen del grupo, con la finalidad de concluir con unos razonamientos concretos.

Discusiones Guiadas. Existe un espacio abierto, para que los participantes interactúen y puedan expresar en este espacio, ideas o comentarios para recibir la retroalimentación tanto del docente como de otros compañeros. De manera participativa y voluntaria, se invita al estudiante a dar puntos de vista en un marco de respeto a las ideas de otros y de compartir puntos de vista y aprendizajes de la vida profesional o personal.



Contenido *temático*

Módulo 1

Introducción y Definición

- › Que es una crisis de comunicación corporativa.
- › Causas de una crisis: Internas y Externas.
- › Actores de una Crisis.
- › Fases de una Crisis.
- › Cómo gestionar una Crisis.

Módulo 2

Plan de Prevención de Crisis

- › Objetivos del Plan de Crisis.
- › Plan de Trabajo:
 - Acciones Correctivas.
 - Auditoría.
 - Manual de Crisis.
 - El Dark Site.
 - Equipo de Crisis.
 - Gestión del Plan.
- › Conclusiones.

¿Tienes dudas o requieres
más información?

Contactanos



Anyi Vanesa Rodríguez
Ejecutiva comercial



educon3@urosario.edu.co



+57 320 4513407



Escanea el código QR
para escribirle a Angie
Rodríguez



Rosario
GSB

LEARNING HUB

Educación Continua
y Consultoría