DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA: Administración de Crisis y Riesgo Reputacional
PLAN DE ESTUDIOS: Máster Universitario en Organización y Comunicación de Eventos (OMA-EVENTOS)
GRUPO: 2526-O1
CENTRO: Facultad de Ciencias Sociales
CARÁCTER DE LA ASIGNATURA: Obligatoria (OB)
ECTS: 6,0
CURSO: 1º
TEMPORALIDAD: 2º Semestre
IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:
Castellano, excepto las asignaturas de idiomas que se impartirán en el idioma correspondiente

DATOS DEL DOCENTE

NOMBRE Y APELLIDOS: ANDRÉS BRITO GALINDO
EMAIL: abrito@uemc.es
TELÉFONO: 983 00 10 00

CV DOCENTE:

2021-2023. PROFESOR DE CRISIS REPUTACIONAL Y RELACIONES INTERNACIONALES. Universidad Europea Miguel de Cervantes.

2013 - 2023. FACILITADOR DOCENTE Y MIEMBRO DE LA COMISIÓN ACADÉMICA. Escuela de Coaching Profesional Líder-Haz-GO!
2001 - 2023. PROFESOR DE ANTROPOLOGÍA DE LA EDUCACIÓN. Instituto Superior de Teología de las Islas Canarias.
1992 - 2007. PROFESOR DE ENSEÑANZA SECUNDARIA. Consejería de Educación del Gobierno de Canarias.
1989. INSTRUCTOR DE SISTEMAS OPERATIVOS ESPECIALIZADOS. Instituto de Astrofísica de Canarias.

CV PROFESIONAL:

2017 - 2023. COACH PCC. International Coach Federation.
2007 - 2016. COORDINADOR DE LA OBRA SOCIAL Y SOLIDARIA. Cabildo Insular de Tenerife.
2008 - 2010. VOZ CORPORATIVA. Canarias Radio, La Autonómica.
2006. LOCUTOR COMENTARISTA. Televisión Autonómica de Canarias.
1996. LOCUTOR Y REDACTOR. Tele 21.
1991 - 1992. LOCUTOR Y REDACTOR. Teide Radio (Onda Cero).
1991. LOCUTOR, PRODUCTOR Y REDACTOR. Radio Nacional de España.
1985 - 1992. LOCUTOR Y REDACTOR. Radio Minuto Tenerife.
1983 - 1991. LOCUTOR Y REDACTOR. Radio Club Tenerife.
1989. REDACTOR. La Gaceta de Canarias.
1990 - 1992. REDACTOR. Diario de Avisos.

CV INVESTIGACIÓN:

- Investigación sobre metodología de gestión económica destinada a la creación del Instituto Europeo para el Fomento de la Inteligencia Financiera (EUTENEA).
- Investigación para la redacción y defensa de la Tesis Doctoral (Periodismo).
- Investigación sobre la aplicación práctica de las nuevas tecnologías en en la educación.

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

DESCRIPTOR DE LA ASIGNATURA:

En un entorno globalizado y digital, la reputación de una marca es más volátil que nunca. Los profesionales de la comunicación enfrentan el desafío de no solo construir y mantener una imagen corporativa positiva, sino también de gestionar eficazmente las crisis que amenazan con deteriorarla. En esta asignatura, abordaremos los principios fundamentales y las estrategias avanzadas para la gestión de crisis y la reputación corporativa.

A través de un enfoque práctico y analítico, los estudiantes aprenderán a identificar y analizar diferentes tipos de crisis, desde problemas operativos internos hasta desafíos externos imprevistos. Exploraremos el ciclo de vida de una crisis: prevención, preparación, respuesta y recuperación, poniendo especial énfasis en la importancia de la comunicación proactiva y reactiva.

Analizaremos en profundidad el papel de los medios de comunicación tradicionales y digitales en la formación de la opinión pública y descubriremos cómo las redes sociales han transformado el paisaje de la gestión de crisis. Los estudiantes aprenderán a manejar la narrativa en tiempos de incertidumbre y a utilizar las herramientas digitales para monitorear la reputación y responder a las crisis en tiempo real.

Además, se estudiarán casos reales de gestión de crisis, permitiendo a los alumnos aplicar teorías y estrategias a situaciones concretas. Este análisis de casos prácticos fortalecerá su capacidad para pensar críticamente y actuar estratégicamente bajo presión.

La asignatura también se centrará en la importancia de los influencers y otros actores digitales en la construcción y destrucción de la reputación de una marca. Los estudiantes aprenderán a colaborar y negociar con estos nuevos jugadores del panorama mediático para salvaguardar la imagen corporativa.

Finalmente, abordaremos la elaboración de un informe de aprendizaje post-crisis, destacando cómo cada desafío puede ser una oportunidad para mejorar y fortalecer la resiliencia corporativa. Los estudiantes saldrán de este curso no solo como gestores de crisis, sino como verdaderos guardianes de la reputación, equipados con el conocimiento y las habilidades necesarias para proteger y elevar la imagen de cualquier organización.

"La gestión de crisis no es solo sobre sobrevivir al momento; se trata de prepararse, construir y aprender, para que cada desafío se convierta en una piedra angular para el futuro de la marca".

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA:

1. **CRISIS REPUTACIONALES** : Concepto de "crisis reputacional"
    1. Qué es una crisis reputacional
    2. Tipos de crisis reputacional
2. **PRAXIS**
    1. Gestión de una crisis reputacional
    2. Medios de comunicación social
    3. Crisis en redes sociales. Los influencers
    4. El rumor. Informe de aprendizaje

OBSERVACIONES DEL CONTENIDO DE LA ASIGNATURA:

La asignatura tiene un evidente componente práctico a fin de entrenar a quienes participen en ella en el abordaje de las crisis de reputación aplicando herramientas específicas para su solución.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE QUE DEBERÁ ADQUIRIR EL ALUMNO

1. Conocer las técnicas para gestionar una crisis reputacional.
2. Identificar los posibles focos de riesgo reputacional, así como sus consecuencias.
3. Elaborar una estrategia ante la gestión de una crisis reputacional.
4. Diseñar una respuesta para enfrentar los riesgos derivados de una crisis reputacional.
5. Anticipar las necesidades y expectativas de los diferentes stakeholder involucrados en una crisis de reputación.
6. Actuar en medios digitales ante una crisis de reputación.

RECURSOS DE APRENDIZAJE:

Los recursos de aprendizaje que se utilizarán en todas las asignaturas de la titulación (salvo las prácticas externas) para facilitar el proceso de enseñanza-aprendizaje, son:

- Campus online de la UEMC (Open Campus)
- Plataforma de Webconference (Zoom work place)

Las comunicaciones con el profesor serán a través de Open Campus vía Mi correo, Tablón o/y Foro.

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE A ADQUIRIR POR EL ALUMNO

COMPETENCIAS BÁSICAS:

- RD 822/2021. Según el Real Decreto 822/2021, el marco competencial del título se concreta en los resultados de aprendizaje de cada materia y asignatura.

COMPETENCIAS GENERALES:

- GC1. Competencia para desarrollar con efectividad un evento. Esta competencia implica la capacidad de planificar, organizar y coordinar todos los aspectos relacionados con la realización de eventos, desde la conceptualización hasta la ejecución y evaluación.
- GC2. Competencia para desarrollar una comunicación efectiva. Esta competencia implica la capacidad de desarrollar y ejecutar estrategias de comunicación efectivas, tanto internas como externas, para instituciones u organizaciones, con el objetivo de transmitir mensajes claros y coherentes.
- GC3. Competencia en márketing y branding. Esta competencia implica desarrollar habilidades en marketing y branding para identificar oportunidades de promoción, desarrollar eventos y posicionar la marca o mensaje de la institución u organización de manera coherente con sus objetivos de comunicación.
- RD 822/2021. Según el Real Decreto 822/2021, el marco competencial del título se concreta en los resultados de aprendizaje de cada materia y asignatura

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- RD 822/2021. Según el Real Decreto 822/2021, el marco competencial del título se concreta en los resultados de aprendizaje de cada materia y asignatura.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

El alumno será capaz de:

- SbC2.1 Promover una comunicación interna efectiva dentro de la organización.
- SbC2.2 Anticipar y manejar crisis de comunicación de manera efectiva, protegiendo la reputación de la institución u organización.
- Sb3.2 Promover la marca o mensaje de la organización de manera efectiva en entornos digitales.
- C2.3 Conocer técnicas de comunicación escrita atendiendo a los diferentes códigos de aplicación según los medios digitales.
- C2.4 Conocimiento de las diferentes técnicas de relación con los medios de comunicación.
- C2.5 Conocimiento de las diferentes técnicas para elaborar un plan de comunicación y un plan de marketing de un evento.
- C3.1 Conocimiento de los tipos de crisis reputacional.
- C3.2 Conocimiento de procedimiento de actuación para gestionar una crisis reputacional.

- C3.3 Conocer técnicas de negociación y de resolución de conflictos.
- H3.1 Planificar acciones que lleven al desarrollo de una estrategia de marca.
- H3.2 Elaborar una estrategia en la gestión de una crisis reputacional.
- CT1.2 Ser capaz de trabajar en equipos multidisciplinares.
- CT1.3 Realizar la actividad profesional respetando los derechos y deberes deontológicos propios del ámbito profesional.
- CT2.1 Expresarse de forma creativa en un discurso oral y escrito atendiendo a la variedad de contextos.
- CT3.1 Identificar los problemas de una organización y aplicar soluciones para solventar los mismos.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

- Manuel Moreno (2018): La Enciclopedia del Community Manager. DEUSTO. ISBN: 978-84-234-2924-0
- Andrés Pérez Ortega (2014): Marca personal para dummies. PLANETA. ISBN: 978-84-329-0355-7
- Cristina Blanco (2016): Objetivo: influencer. ARCOPRESS. ISBN: 978-84-16002-53-5

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

- Varios (2017): Presentaciones memorables. URANO. ISBN: 978-84-92921-65-2
- Barbara Berckhan (2004): Cómo defenderse de los ataques verbales. RBA. ISBN: 978-84-7871-923-5
- Dale Carnegie (1946): Cómo hablar bien en público e infuir en los hombres de negocios. EDHASA. ISBN: 84-350-1751-6
- Frances Kay (2009): Gestión de personas conflictivias. LID. ISBN: 9788483561652

WEBS DE REFERENCIA:

Web / Descripcion
Portal de Relaciones Públicas(https://www.rrppnet.com.ar/index.htm) Comunicación, Marketing, Publicidad, Negocios, Tecnología
Puro Marketing(https://www.puromarketing.com/) Marketing, Publicidad, Negocios, Medios, Eventos, Influencers, Reputación online
Inboundcycle(https://www.inboundcycle.com/) Inbound Marketing
Reputation Up(https://reputationup.com/) Asesoría en reputación online
Marketzilla Agency(https://www.marketzilla.agency/) Auditorías de SEO
RepScan(https://www.repscan.com/es/) Servicios de reputación online
David Labrador(https://davidlabrador.com/)

Ejemplo de un gestor de reputación online

PLANIFICACIÓN DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

METODOLOGÍAS:

Se describe a continuación la metodología aplicada

MÉTODO DIDÁCTICO:

El papel del profesor cobra importancia a través de la impartición de clases magistrales en tiempo real por videoconferencia que podrá utilizar para explicar los contenidos teóricos, resolver dudas que se planteen durante la sesión, ofrecer retroalimentación sobre las actividades de evaluación continua o realizar sesiones de tutoría de carácter grupal.

MÉTODO DIALÉCTICO:

Se caracteriza por la participación de los alumnos en las actividades de evaluación continua de debate y la intervención de éstos a través del diálogo y de la discusión crítica (seminarios, grupos de trabajo, etc.). Utilizando este método el alumno adquiere conocimiento mediante la confrontación de opiniones y puntos de vista. El papel del profesor consiste en proponer a través de Open Campus temas referidos a la materia objeto de estudio que son sometidos a debate para, posteriormente, evaluar el grado de comprensión que han alcanzado los alumnos.

MÉTODO HEURÍSTICO:

Este método puede desarrollarse de forma individual o en grupo a través de las actividades de evaluación continua (entregas de trabajos, resolución de ejercicios, presentaciones, etc.). El objetivo es que el alumno asuma un papel activo en el proceso de aprendizaje adquiriendo los conocimientos mediante la experimentación y la resolución de problemas.

CONSIDERACIONES DE LA PLANIFICACIÓN:

Las actividades formativas que se realizan en la asignatura son las siguientes:

Clases teóricas: Actividad dirigida por el profesor que se desarrollará de forma sincrónica en grupo. Para la realización de esta actividad en Open Campus, la UEMC dispone de herramientas de Webconference que permiten una comunicación unidireccional en las que el docente puede desarrollar sesiones en tiempo real con posibilidad de ser grabadas para ser emitidas en diferido.

Actividades prácticas: Actividades supervisadas por el profesor que se desarrollarán fundamentalmente de forma asíncrona, y de forma individual o en grupo:

- Actividades de debate. Se trata de actividades en las que se genera conocimiento mediante la participación de los estudiantes en discusiones alrededor de temas de interés en las distintas asignaturas.
- Entregas de trabajos individuales o en grupos a partir de un enunciado o unas pautas de trabajo que establecerá el profesor.
- Resolución de ejercicios y problemas que el alumno debe realizar a través de Open Campus en un periodo de tiempo determinado. Esta actividad puede ser en formato test de evaluación.

Tutorías: Las tutorías podrán tener un carácter sincrónico o asíncrono y podrán desarrollarse de manera individual o en grupos reducidos.

Están previstas dos sesiones de tutoría por videoconferencia, una al inicio y otra al final del semestre. En la primera se presentará la asignatura y la guía docente y en la segunda, en las semanas previas a la evaluación final, se dedicará a la resolución de dudas de los estudiantes.

Además, el docente utiliza el Tablón, el Foro y el Sistema de correo interno de Open Campus para atender las necesidades y dudas académicas de los estudiantes.

SESIONES EN TIEMPO REAL :

	Título
TU1	Presentación asignatura y Guía docente
CM1	Clase magistral 1
CM2	Clase magistral 2
CM3	Clase magistral 3
CM4	Clase magistral 4
CM5	Clase magistral 5
CM6	Clase magistral 6
CM7	Clase magistral 7
TU2	Resolución de dudas antes de la evaluación

EVALUACIÓN CONVOCATORIA ORDINARIA:

Evaluación continua 60%
Evaluación final 40%

ACTIVIDADES Y SISTEMAS DE EVALUACIÓN :

Tipo Evaluación	Nombre Actividad	% Calif.
Evaluacion contínua (60 %)	1. Actividad de entrega 1 (Entrega individual)	25
	2. Actividad de entrega 2 (Entrega individual)	25
	3. Actividad test (Test de evaluación)	10
Evaluacion final (40 %)	1. Examen final (Prueba de evaluación final)	40

CONSIDERACIONES EVALUACIÓN CONVOCATORIA ORDINARIA:

A lo largo de la planificación de la asignatura el alumno realizará **actividades de evaluación continua** que forman parte de la calificación de la asignatura con un peso del 60% sobre la nota final.

Para superar la evaluación continua, el alumno debe obtener una media de igual o superior a 5 entre todas las actividades. En el caso de no superar la evaluación continua, se guardan para la convocatoria extraordinaria las notas de aquellas actividades aprobadas, no pudiendo volver a presentarlas.

El sistema de evaluación de esta asignatura acentúa el desarrollo gradual de competencias y resultados de aprendizaje y, por tanto, se realizará una evaluación continua a través de las distintas actividades de evaluación propuestas. El resultado de la evaluación continua se calcula a partir de las notas obtenidas en cada actividad teniendo en cuenta el porcentaje de representatividad en cada caso.

Todas las actividades deberán entregarse en las fechas previstas para ello, teniendo en cuenta:

- Las actividades de evaluación continua (entrega de trabajos) se desarrollarán según se indica y, para ser

evaluadas, los trabajos deberán ser entregados en la forma y fecha prevista y con la extensión máxima señalada. No se evaluarán trabajos entregados posteriormente a esta fecha o que no cumplan con los criterios establecidos por el profesor.

- La no entrega de una actividad de evaluación continua en forma y plazo se calificará con un 0 y así computarán en el cálculo de la nota de evaluación continua y final de la asignatura.
- Cualquier tipo de copia o plagio por mínimo que sea, así como un uso inapropiado de herramientas de inteligencia artificial, supondrá una calificación de 0 en la actividad correspondiente. Esta actuación podría suponer la apertura de un expediente disciplinario.
- Las actividades de evaluación continua (tipo test) se desarrollarán con anterioridad a la realización de las pruebas de evaluación final de la asignatura

Los alumnos accederán a través de Open Campus a las calificaciones de las actividades de evaluación continua en un plazo aproximado de 20 días lectivos desde la fecha fin de fecha de entrega, excepto causas de fuerza mayor en cuyo caso se informará al alumno a través del Tablón.

La evaluación continua se completará con una **evaluación final**, que se realizará al finalizar el periodo lectivo de cada asignatura. Los exámenes serán eminentemente prácticas, de manera que, los alumnos podrán disponer de los apuntes y consultarlos, (solo en formato digital) durante la realización de la prueba.

Para resolver el examen, los alumnos deberán descargar el enunciado de la prueba y una vez cumplimentado, subirlo en el espacio correspondiente del campus virtual

La prueba **supondrá un 40%** de la calificación sobre la nota final de la asignatura.

- El alumno tendrá la posibilidad, siempre dentro de los tres días siguientes a la publicación de las notas, a renunciar a su calificación, y presentarse en la siguiente convocatoria
- El alumno tendrá hasta 3 días después de la calificación para solicitar al docente más información sobre su calificación por el correo de la plataforma. DOCENTE
- Cualquier tipo de irregularidad o fraude en la realización de una prueba, así como un uso inapropiado de herramientas de inteligencia artificial, supondrá una calificación de 0 en la prueba/convocatoria correspondiente. Esta actuación podría suponer la apertura de un expediente disciplinario.
- El aplazamiento concedido por la Universidad para la realización de una evaluación final se regirá por lo establecido en el Manual de "Directrices y plazos para la tramitación de una solicitud"

La **nota global** de la asignatura se obtiene ponderando la calificación de la evaluación continua y de la evaluación final según los siguientes porcentajes, y debiendo tener aprobadas ambas partes, continua y final, para superar la asignatura.

Si un alumno no se presenta a la prueba de evaluación final, su calificación en la convocatoria será de “No presentado”, con independencia de que haya realizado alguna actividad de evaluación continua.

De igual modo si el alumno no entrega ninguna actividad de evaluación continua, obtendrá la calificación de “No presentado”, con independencia de que haya aprobado la prueba de evaluación final, en cuyo caso, se le guardaría su calificación para la convocatoria extraordinaria

EVALUACIÓN CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

Evaluación continua	60%
Evaluación final	40%

ACTIVIDADES Y SISTEMAS DE EVALUACIÓN :

Tipo Evaluación	Nombre Actividad	% Calif.
Evaluacion contínua (60 %)	1. Actividad de entrega 1 (Entrega individual)	25
	2. Actividad de entrega 2 (Entrega individual)	25
	3. Actividad test (Test de evaluación)	10
Evaluacion final (40 %)	1. Examen final (Prueba de evaluación final)	40

CONSIDERACIONES EVALUACIÓN CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:
Los estudiantes que no hayan superado la asignatura en la convocatoria ordinaria, porque hayan suspendido la evaluación continua o la prueba de evaluación final, podrán presentarse a las pruebas establecidas por el profesor en la convocatoria extraordinaria.

Para la convocatoria extraordinaria se guardan las calificaciones de las actividades de evaluación continua y prueba de evaluación final, superadas por el estudiante (nota superior o igual a 5), no permitiéndose volver a realizarlas.

- En convocatoria extraordinaria, el alumno solo podrá entregar las actividades de evaluación continua no superadas, guardándose la calificación de las aprobadas.
- El alumno tendrá hasta 3 días después de la calificación para solicitar al docente más información sobre su calificación por el correo de la plataforma.
- Cualquier tipo de irregularidad o fraude en la realización de una prueba, supondrá una calificación de 0 en la prueba/convocatoria correspondiente.
- El aplazamiento concedido por la Universidad para la realización de una evaluación final se regirá por lo establecido en el Manual de "Directrices y plazos para la tramitación de una solicitud".

En la convocatoria extraordinaria, la **nota global** de la asignatura se obtiene ponderando la calificación de la evaluación continua y de la evaluación final, de la misma forma que en la convocatoria ordinaria.

Al igual que en la convocatoria ordinaria, en la convocatoria extraordinaria es necesario superar tanto la evaluación continua como la evaluación final para aprobar la asignatura.

Si un alumno no se presenta a la prueba de evaluación final, su calificación en la convocatoria será de “No presentado”, con independencia de que haya realizado alguna actividad de evaluación continua.

SISTEMAS DE EVALUACIÓN:

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE (%)
Ejecución de prácticas	50%
Pruebas escritas	45%
Técnicas de observación	5%