

FACULTAD/ESCUELA DE CIENCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN EN ENTORNOS DIGITALES

Información de la asignatura

Nombre de la asignatura	Comunicación estratégica y manejo de crisis
Código de la asignatura	35023 - COM
Periodo Académico	202320
Nrc	12010
Grupo	001
Programas/Semestres	COM 09
Intensidad horaria	3
Intensidad Semanal	3
Créditos	3
Docente(s)	Lina Alejandra Uribe Henao

Introducción o presentación general del curso

La comunicación es un proceso vivo que no tiene fórmulas mágicas. En este sentido, se nutre del contexto para encontrar caminos posibles que lleven a los resultados deseados. En las organizaciones, la comunicación es un aspecto transversal en todos los procesos. Por eso, las decisiones que se tomen en este ámbito deben apoyarse en un conocimiento suficiente del entorno, necesidades, posibilidades y anhelos. Solo así podrá hablarse de acciones estratégicas.

Dado lo anterior, el pensamiento estratégico cobra valor no como algo innovador y disruptivo, sino como algo que puede potenciar lo existente y que se basa en eso para encontrar rutas de acción. Es inevitable que aparezca el movimiento o la crisis, que puede entenderse como un tropezón o, por el contrario, como una oportunidad para que la organización se fortalezca.

El curso Comunicación estratégica y manejo de crisis busca darle un lugar a la comunicación en las organizaciones para, desde ahí, desarrollar estrategias con enfoque digital y atender contingencias que permitan que la organización se fortalezca y se acerque a sus objetivos.

Formación en competencias

El presente curso aporta al fortalecimiento de la competencia de comunicación estratégica, que consiste en el desarrollo de estrategias de comunicación con enfoque digital que contribuyan al mejoramiento de las capacidades y las competencias comunicacionales en proyectos de investigación, organizaciones y comunidades.

Objetivo general de aprendizaje

Al finalizar el curso, las y los estudiantes estarán en capacidad de diseñar una estrategia de comunicación externa con enfoque digital, que responda a necesidades de una organización y que anticipe caminos de acción frente a las posibles crisis.

Objetivos terminales - Resultados de aprendizajes

Resultado de aprendizaje del curso o asignatura	Competencia en formación	Resultado de aprendizaje de la competencia de egreso al que se contribuye
Definir el rol de la comunicación externa en las organizaciones	Comunicación estratégica	N/A
Enunciar las definiciones, tipologías y fases de las crisis organizacionales según la teoría	Comunicación estratégica	N/A
Identificar las claves del pensamiento estratégico tanto en la creación de est. de comunicación	Comunicación estratégica	N/A
Construir acciones de comunicación estratégica que respondan a necesidades identificadas	Comunicación estratégica	N/A

Unidades de aprendizaje

Unidad de aprendizaje #1

Discusiones preliminares: ¿dónde se ubica la comunicación en una organización?

Objetivos específicos de aprendizaje:

- Ubicar los roles que ha tenido la comunicación en el ámbito organizacional durante el siglo XXI.
- Ejemplificar, a través del análisis de casos, las maneras en las que la comunicación fue logrando un papel más preponderante en las organizaciones durante los últimos 20 años.
- Diferenciar los alcances y límites de la comunicación en las organizaciones.

Unidad de aprendizaje #2

Que comience el juego: la crisis como oportunidad

Objetivos específicos de aprendizaje:

- Definir qué es una crisis en el ámbito organizacional, cómo se detectan los riesgos, qué efectos traen y de qué manera se puede gestionar.
- Problematizar, a través del análisis de casos, las formas en las que han sido abordadas crisis organizacionales de algunas empresas en el mundo.
- Proponer caminos de actuación desde la comunicación en contextos de crisis organizacional.

Unidad de aprendizaje #3

¿Quién cuenta la mejor historia?: creación de estrategias de comunicación

Objetivos específicos de aprendizaje:

- Caracterizar las necesidades de una organización en un diagnóstico que opere como punto de partida del ejercicio creativo y estratégico.
- Diseñar una estrategia de comunicación con enfoque digital, que incluya la creación y gestión de relaciones públicas.
- Evaluar el diseño de la estrategia de comunicación con enfoque digital.

Metodologías de aprendizajes

Este curso tiene un carácter propositivo que busca invitar al debate sobre el papel de la comunicación en el ámbito organizacional y culmina con el diseño de una estrategia de comunicación. Se refiere puntualmente a la comunicación externa en organizaciones empresariales e incluye un enfoque en la identificación y gestión de crisis.

Las clases plantean discusiones a partir de revisión bibliográfica y análisis de casos. Además, se cuenta con la participación de invitados profesionales que comparten con las y los estudiantes sus experiencias en el área de la comunicación organizacional, con el objetivo de establecer un intercambio de saberes y experiencias que nutra los temas abordados en clase.

Al final de la asignatura se propone un ejercicio creativo que consiste en el diseño de una estrategia de comunicación con enfoque digital. Este ejercicio responderá a las coyunturas nacionales y a los intereses identificados en el curso. Por ejemplo, en época electoral, podría tratarse de una estrategia de comunicación para un candidato/a.

Por último, la metodología incluye el diálogo desde distintos lugares de enunciación, pues en ocasiones son grupos de estudiantes quienes lideren las discusiones con el resto del curso sobre temas relacionados con la asignatura, con el fin de lograr una construcción colectiva de conocimiento.

Evaluación de aprendizajes

Código evaluación	Mecanismo o actividad evaluativa	Porcentaje de la nota final	Relación con objetivos terminales - resultado de aprendizaje del curso	Relación con el resultado de aprendizaje de la competencia de egreso
Casos	Casos	25	Definir el rol de la comunicación externa en las organizaciones a través del reconocimiento de sus responsabilidades y límites. Identificar las claves del pensamiento estratégico tanto en la creación de estrategias de comunicación en las organizaciones como en el manejo de crisis.	N/A

Código evaluación	Mecanismo o actividad evaluativa	Porcentaje de la nota final	Relación con objetivos terminales - resultado de aprendizaje del curso	Relación con el resultado de aprendizaje de la competencia de egreso
Crisis	Crisis	25	<p>Enunciar las definiciones, tipologías y fases de las crisis organizacionales según los acercamientos teóricos propuestos.</p> <p>Identificar las claves del pensamiento estratégico tanto en la creación de estrategias de comunicación en las organizaciones como en el manejo de crisis.</p> <p>Construir acciones de comunicación estratégica que respondan a necesidades identificadas y que sean acordes al contexto en el que se van a desarrollar.</p>	N/A
Debates	Debates	20	<p>Definir el rol de la comunicación externa en las organizaciones a través del reconocimiento de sus responsabilidades y límites.</p>	N/A
Estrategia	Estrategia	30	<p>Definir el rol de la comunicación externa en las organizaciones a través del reconocimiento de sus responsabilidades y límites. Identificar las claves del pensamiento estratégico tanto en la creación de estrategias de comunicación en las organizaciones como en el manejo de crisis.</p> <p>Construir acciones de comunicación estratégica que respondan a necesidades identificadas y que sean acordes al contexto en el que se van a desarrollar.</p>	N/A

Recursos de apoyo

- Arcila Cano, M. (2014). Comunicación estratégica y estrategias de comunicación para el desarrollo de las organizaciones.
- Barrios, E. T. (2011). Comunicación estratégica. Taurus.
- Enrique Jiménez, A. M. (2007). La comunicación empresarial en situaciones de crisis. [Tesis de doctorado, Universidad Autónoma de Barcelona].
- Guzmán Ramírez, H. (2020). Enfoques y tendencias de la comunicación estratégica en Colombia. <https://bit.ly/3Oavdjg>
- Preciado Hoyos, Á. S., Guzmán Ramírez, H., & Losada Díaz, J. C. (2013). Usos y prácticas de comunicación estratégica en las organizaciones. Universidad de La Sabana.
- Preciado-Hoyos, A. y Guzmán-Ramírez, H. (2012). Gestión de la comunicación estratégica en los sectores empresarial, de desarrollo y público: Estudio comparativo. Palabra Clave, 15(1), 128-159.
- Salas Forero, C. P. (2011). Estado del arte de la nueva comunicación estratégica en Iberoamérica y Colombia. Signo y Pensamiento, 30(59), 234-246.
- Scheinson, D. (2009). Comunicación estratégica. Ediciones Gránica SA.