

Curso Gestión de Comunicación en Crisis

Plan de Estudio

Descripción

Debido a las características de los mercados y los modelos de gestión de las marcas, instituciones y empresas, se hace imprescindible contar con los conocimientos, estrategias y herramientas para lograr una efectiva gestión de las crisis de comunicación, entendiendo que una planificación y abordaje estratégico puede aportar a la sostenibilidad o a la desaparición de esta.

En este curso de ***Gestión de Comunicación en Crisis***, se plantean elementos relevantes para gestionar situaciones de crisis comunicativas con eficacia. Entre ellos se encuentra la importancia del Manual de Crisis, el Comité de Crisis y la elección del portavoz, ligado a la protección de la reputación de la marca.

El curso está estructurado en 6 unidades, donde encontrarás contenidos teóricos puntuales, junto a prácticas, ejercicios y desarrollo de proyectos basados en la metodología de aprendizaje en línea o e-learning.

¿Qué aprenderás?

- Los principios fundamentales de la comunicación de crisis.
- Elaboración de un plan de comunicación en crisis.
- Como gestión de la crisis y sus implicaciones.
- Los mensajes enmarcados del relato en la crisis.
- La oratoria para persuadir e incidir en tiempo de crisis.
- Estrategia de gestión de públicos.



Dirigido a:

Empresarios, directivos, gerentes, periodistas, relacionadores públicos, directores de comunicación corporativa, dirigentes políticos, candidatos, abogados, administradores de empresa, graduados de comunicación corporativa.

Incluye

- Clases en directo
- Videos tutoriales
- Recursos didáctico descargables
- Acceso virtual al curso por 3 meses
- Acceso en diferentes dispositivos
- Invitados especiales experto en el área
- Tutores online para resolver tus dudas
- Actividades para desarrollar habilidades
- Asesoría para elaborar tu plan de crisis
- Certificado de participación

Duración

7 semanas

Contenido

Unidad I: La Comunicación en Tiempo de Crisis

- La gestión de crisis.
- La gestión de la comunicación en crisis.
- Los postulados de la comunicación en crisis.
- Los postulados de la crisis según autores.
- Tipos de crisis.
- Las etapas de la crisis
- Estudios de casos



Unidad II: Plan de Comunicación en Crisis

- El plan de comunicación.
- Plan o manual de crisis.
- Objetivo del plan de comunicación en crisis.
- Estructura del plan de comunicación en crisis.
- El comité de crisis línea de acción del comité de crisis.
- Crisis e imagen de la comunicación.
- Estudio de caso: estudio de imagen.

Unidad III: Gestión de la Crisis en Comunicación

- Gestión de la opinión pública.
- Los intangibles de la comunicación, reputación, credibilidad, confianza.
- Gestión de la marca.
- Gestión de la comunicación corporativa.
- El perfil del gestor de la comunicación en tiempo de crisis, vocero, portavoz.
- Los momentum de la gestión de las crisis: antes, durante y después.
- Estrategias de prevención y abordaje.
- Actuación ante la crisis.
- Casos de estudios.

Unidad IV: Enmarcado del Relato

- Enmarcado del mensaje.
- Encuadre en comunicación.
- Estructuración de los contenidos: redacción del mensaje antes, durante y después de una crisis de comunicación.
- La Pirámide invertida como modelo de redacción.
- Organización y elaboración del mensaje.
- El mensaje clave o "talking point", "elevator pitch"
- Herramienta de planificación del mensaje.
- Metodología para diseñar los mensajes clave.
- Ejercicios prácticos.



Unidad V: La Oratoria para Persuadir e Incidir en Tiempo de Crisis

- ¿Qué es y por qué hablar en público?
- La Comunicación Oral: puntos en que difiere del estilo escrito.
- En el manejo del relato utiliza el Storytelling.
- La puesta en escena del vocero
- Escuchar de manera crítica
- Analizar el público y el escenario
- Estrategia de grupos para solución de problemas.
- Técnicas para entrevistas en radio y televisión.
- Imagen pública, empresarial, política y personal.
- Ejercicios prácticos

Unidad VI: Estrategia de Gestión de Públicos

- Gestión de los públicos, audiencias, stakeholders.
- Clasificación de los públicos.
- Estrategias para gestionar los públicos
- Estrategias para ser abordadas con los públicos
- El Mapa de Público, herramienta poderosa de segmentación y medición
- Los públicos internos y externos en la comunicación en crisis
- Diseñar un plan de comunicación de crisis digital.
- Tácticas para gestionar a los públicos internos y medios de comunicación
- Ejercicios prácticos



Inversión

RD\$ 8,000.00

Forma de pago

- Tarjeta de crédito
- Depósito o transferencia

Transacciones bancarias

Banreservas: Cuenta corriente: 9601879916
a nombre de CI Comunicación Integral, SRL.

RNC: 131805851

Correo electrónico:

ci.comunicacionintegral@gmail.com

**Para completar el proceso de inscripción debes enviar el comprobante de la transacción vía correo electrónico, indicando tu nombre, datos del curso pagado.*

Contacto

Oficina: 809-476-9975

WhatsApp: 829-773-9975

Calle Ana Teresa Paradas No. 10, Mirador Sur,
Santo Domingo, República Dominicana.

Certificado

El participante del Curso de **Gestión de Comunicación en Crisis** se puede certificar cuando complete todas las actividades, estudios de casos o proyecto que evidencian los conocimientos y competencias desarrolladas.





COMUNICACIÓN
INTEGRAL
Haciendo futuro con clase