



NOMBRE DEL CURSO: COMUNICACIÓN DE CRISIS

Duración: 16 hrs. a impartirse en dos días consecutivos.

Dirigido a: Directivos y colaboradores de las áreas estratégicas de las instancias públicas y privadas (Directores Generales, Directores de Recursos Humanos, Relaciones Públicas, Comunicación Interna o Comunicación Social, Área Jurídica, Área Médica, Área de Medioambiente, Gerentes de Mantenimiento, Ingeniería de Planta, Seguridad Patrimonial y Seguridad de Planta (EHS)).

Modalidad del curso: teórico-práctico, se requiere asistencia y participación por parte del grupo. Al inicio del curso se realiza evaluación diagnóstica del grupo y al finalizar se aplica examen del participante y retroalimentación para la instructora.

Habilidades indispensables: espíritu crítico, capacidad de análisis, toma de decisiones, facilidad de redacción y de comunicación verbal (deseable).

Cupo: 20 personas. En caso de excederse este cupo, se cobrará por persona adicional. Solicita tu cotización.

Horario: Según necesidades del cliente. Se puede impartir en cualquier parte de la República.

Objetivo general:

Que el participante descubra los alcances de la comunicación de crisis como herramienta de prevención y de reacción ante un incidente que pueda dañar potencialmente la imagen de una persona u organización a través de los medios masivos y redes sociales, evitando la pérdida de credibilidad, de poder objetivo o económico.

Objetivos específicos:

- Comprender el mecanismo de la construcción de la información por parte de los medios masivos.
- Descifrar las claves de la identificación con el fin de detectar los temas sensibles susceptibles de afectar la imagen de la organización, de acuerdo al momento socio-político, a los factores socio-culturales de la ciudad o entorno, al tipo de empresa.
- Ser capaz de elaborar estrategias eficaces de prevención y de control de crisis organizacionales.

Temario:

- 1.- La comunicación en las organizaciones (comunicación social vs. comunicación de crisis)
- 2.- Crisis, conceptualización y dinámicas (crisis individual, crisis institucional, crisis social)
- 3.- Análisis de los procesos mediáticos desde el punto de vista de la emisión (sensacionalismo, proximidad de la información, etc.)
- 5.- El proceso de la identificación desde la perspectiva de la recepción (contextos socio-culturales)
- 6.- La comunicación de crisis, estrategias prácticas (cómo llevar a cabo una rueda de prensa, redacción de comunicado y textos redes sociales, manejo de entrevistas en radio y televisión, etc.)
- 7.- La argumentación como herramienta de la comunicación de crisis
- 8.- Control del rumor



9.- Media Training (entrenamiento del portavoz)

10.- Simulación de célula/comité de crisis durante un evento crítico en el ámbito de la empresa

Prácticas:

1.- Análisis de la prensa escrita en equipos

2.- Redacción de comunicado de prensa, información para radio y TV y redes sociales

3.- Asignación de puestos dentro de la sección de información del Comando de Incidentes y/o la célula de crisis

4.- Llenado de formatos de solicitudes de información para autoridades y públicos específicos

5.- Práctica de rueda de prensa con un portavoz, quien dará mensaje oficial al público que será grabado y analizado por el grupo

6.- Activación de una célula/comité de crisis por un supuesto evento que pudiera afectar a la empresa (simulacro) y los oficiales de información atiendan a los medios de comunicación, desarrollen mensajes clave por escrito para periódicos, redes sociales y una versión institucional que será manejada por el portavoz, el cual recibirá formación específica.

NOTA: EL CURSO PUEDE ALARGARSE A 20 HRS. EN TRES DIAS. EN ESE CASO SE INCLUYEN PRÁCTICAS COMO:

-Improvisación de un mensaje (individual)

-Técnicas y prácticas orales de comunicación sensible (cómo comunicar una situación difícil a alguien) (individual)

-Elaboración individual de mensajes para prensa