



“GESTIÓN COMUNICATIVA DE LA CRISIS.” PRIMERA EDICIÓN.

DIRIGIDO A:

- Propietarios/Accionistas
- Gerentes de empresas
- Responsables de Dirección de la empresa
- Responsables de comunicación.

DURACIÓN:

- 10 horas:
Clases impartidas en sesiones de 3 horas, con descanso de 15 minutos.
Última sesión, 4 horas.
- 3 jornadas.
- Horario: 3 Viernes sucesivos de 9:00 – 12:00

CONTENIDO BÁSICO/OBJETO

- Liderar la comunicación en la gestión de la crisis.
- Aprender a gestionar situaciones de crisis en las empresas.

PROFESORADO:

Javier Melero Domingo

Periodista valenciano con 20 años de experiencia en prensa escrita, televisión y comunicación corporativa. Destaca su faceta como redactor y coordinador de sucesos y tribunales en medios como El Mundo, Las Provincias, RTVV y À Punt Media. También ha estado al frente de gabinetes de prensa tanto de empresas públicas como privadas, caso de Balearia o la Mancomunitat y el Consorci de la Ribera.

Silvia López Martín

Más de 18 años de ejercicio ininterrumpido del periodismo en sus diferentes facetas. Trabajos desarrollados como jefa de prensa en gabinetes de comunicación o como redactora en medios económicos. Larga vinculación a medios audiovisuales. Coordinadora, redactora y subdirectora de diversos programas de entretenimiento y actualidad. Máster en marketing empresarial y amplia experiencia como copy. En la actualidad quionista en À Punt.

LUGAR: A determinar en función del número de asistentes en centro de formación de la ciudad de Valencia.*

PRECIO: 450 euros.

Incluye: Asistencia a curso, coffe break, entrega material.

*MÍNIMO: 10 asistentes, con plazas limitadas.

Inscripción:

- Formulario web.
- Envío de solicitud de inscripción al correo: administracion@appro-si.com

APRENDE CON NOSOTROS. YO SOY APPRO, Y TÚ?

PROGRAMA DEL CURSO:

1. LIDERAR LA COMUNICACIÓN EN LA GESTIÓN DE LA CRISIS
 - Adelantarse y controlar el mensaje
 - Ejemplos de mala y buena gestión de la comunicación en situaciones de crisis
 - El silencio y la negación
 - Reducir la incertidumbre
2. TIPOS DE CRISIS
 - Evitables y predecibles
 - Inevitables y repentinas
3. EL COMITÉ DE CRISIS
 - Actores y representantes en el comité de crisis
 - Trabajo del comité de crisis
 - Coordinación con agentes externos (sector público)
 - Pautas ante la inexistencia de gabinete de comunicación
4. CREACIÓN DE UN PLAN DE CRISIS
 - Aspectos que debe reflejar el plan de crisis
 - Protocolos previos existentes
5. COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA DE LA CRISIS
 - Coordinar y unificar el mensaje para los propios trabajadores, el comité de empresa y los inversores o accionistas
 - Coordinar y unificar el mensaje a trasladar a la sociedad, los consumidores y usuarios y los medios de comunicación
6. EL PAPEL DEL PORTAVOZ EN LA CRISIS
 - Control de la comunicación verbal y no verbal
 - Exposición pública frente a los medios
 - Práctica oral simulando rueda de prensa (con cámara)
7. ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS DURANTE LA CRISIS
 - Elaboración y distribución de los mensajes: nota de prensa, convocatoria a medios y rueda de prensa
 - Control de los tiempos
 - Contacto directo con los medios interesados
 - Otras tácticas
8. LA COMUNICACIÓN EN LAS DISTINTAS ETAPAS DE LA CRISIS
 - Momentos iniciales
 - Fase aguda de la crisis
 - Meseta o periodo de resolución
 - Fase final y postcrisis
 - Evaluación y aprendizaje
9. PRÁCTICAS Y SIMULACIÓN DE CASO

Cada módulo será objeto de práctica por parte de los alumnos.

Entrega de Certificado de asistencia al curso.

