



Universidad del Desarrollo
Facultad de Comunicaciones

Curso

SOBREVIVIR A LA CRISIS DIGITAL

El presente curso dará una perspectiva general a personas no expertas en medios digitales sobre las posibilidades y riesgos de este medio. El programa explicará el marco teórico bajo el que se desarrollan las crisis digitales y aportará ejemplos de los nuevos factores tecnológicos y sociales que contribuyen a la “viralización” o generación de tendencias. Así mismo, permitirá conocer cuáles son los principales indicadores para detectar una crisis en desarrollo o reconocer la gravedad de la misma basándose en diversas metodologías junto con entregar herramientas prácticas para poder hacer frente a diversas situaciones con un mismo proceso.

LifelongLearning UDD

El valor de la formación sin límites

OBJETIVOS



- Conocer las macro tendencias del mundo digital y algunos de sus riesgos previsibles.
- Que los alumnos entiendan todo lo que rodea a la actual realidad digital.
- Contar con las bases para la medición y definición estratégica.
- Revisar casos de crisis diversos.
- Contar con un método estratégico para la resolución de una crisis.

DIRIGIDO A



Dueños y directores de empresas grandes y medianas cuyos productos y servicios están expuestos de manera constante al escrutinio de la opinión pública, gobiernos y partidos políticos, miembros de la sociedad civil, directores y gerentes de mercadotecnia o comunicación y tomadores de decisiones.

PROGRAMA

El programa consta de:

- 6 sesiones de 90 minutos de duración cada una.
- 9 horas cronológicas totales.

MÓDULO 1 - Panorama del mundo digital actual y las nuevas tendencias:

- Evolución de la comunicación.
- La era de la inteligencia en red (Don Tapscott).
- La post verdad en los medios digitales.
- Los Millenials, Baby boomers y Centenials, conociendo al mercado digital.
- Inteligencia Artificial y “machine learning”.
- Reflexiones sobre el panorama al futuro.

MÓDULO 2

Monitoreo de conversación:

- Big Data, IA, Black boxes aplicadas al monitoreo.
- Plataformas de medición.

Repaso, integración y visión estratégica de todos los puntos anteriores:

- KPI´s y OKR´s.

Antecedentes, los nuevos riesgos digitales:

- Trolls y bots.
- Ataques de reputación.
- Otros nuevos riesgos digitales.

MÓDULO 3 - En la crisis digital

Introducción a la crisis digital:

- Conceptos básicos y definición de una crisis
- Triángulo de categorías de crisis.
- La crisis digital.
- ¿Qué es crisis digital?.
- Tipping Point.
- Alerta de crisis, ¿cómo sé que estoy entrando en crisis?.

Estrategia de crisis:

- Pirámide estratégica.
- Objetivo.
- Mercado.
- Mensaje.
- Implementación estratégica.
- Métricas en campaña y proceso de funnel.

PROGRAMA

MÓDULO 4

Métricas para la prevención de crisis y aplicación del modelo de funnel en crisis:

- Manual de crisis.
- Métricas de la crisis.
- Cuantitativas.
- Cualitativas.
- Influenciadores relevantes.

Pasos para la solución de la crisis digital:

- Diagrama de solución de crisis.
- Pasos para solucionar una crisis.
- Detección de crisis.
- Recopilación de información.
- El Comité de crisis.
- Aplicación de la pirámide estratégica por parte del Comité de Crisis.

MÓDULO 5

Influencers:

- Campañas con influencers aplicadas a crisis.
- Modelo deep & wide.
- Métricas de los influencers.

Salida de crisis:

Después de la crisis ¿qué hacemos?
Evaluación de la situación actual.
Estrategias de defensa y ataque digital a largo plazo.

MÓDULO 6 - Casos de Crisis

- Interjet y la crisis de la Industria Aeronáutica en México en el marco del COVID 19.
- Accidente en el metro de la ciudad de México, en el marco de las elecciones 2021. Discusión de casos.

PROFESOR



Jesús De los Ríos Granja

CEO de Saxum Media agencia de marketing digital desde hace más de una década. Es licenciado en comunicación por la Universidad Panamericana de México y profesor en comunicación institucional por la misma institución. Es profesor de educación continua en la Universidad Iberoamericana de México y de la Maestría en Políticas Públicas de la Universidad Panamericana.

Ha sido catedrático en los temas de estrategia de marketing, tendencias de la comunicación digital, comunicación política digital, Big Data y AI aplicadas a la investigación de mercados, manejo de crisis y reputación digital entre otros temas.

MODALIDAD



- 100% Online vía Zoom bajo plataforma Canvas UDD.
- Remoto Sincrónico: Clases donde alumnos y profesor se conectan simultáneamente a una clase.

METODOLOGÍA



- Clases interactivas en tiempo real con sesiones lectivas y casos prácticos.
- Las clases estarán centradas en la reflexión y discusión sobre los contenidos y proyectos de comunicación en una modalidad de taller.

REQUISITOS DE APROBACIÓN



- Para la aprobación del programa se exige una nota mínima de 4,0 junto con una asistencia mínima de 75%. Ambos requisitos son necesarios.
- El programa comprende la entrega de material académico de la Universidad del Desarrollo y la entrega de certificado académico a quienes aprueben el mismo.

INFORMACIÓN GENERAL

CLASES

Martes 19, 26 y 9 de noviembre 2021.
Jueves 21, 28 de octubre y 4 de noviembre del 2021

HORARIOS:

De 18:30 a 20:00 hrs. (Hora Chile).

MODALIDAD:

100% Online - Remoto Sincrónico.
Vía Streaming bajo plataforma Canvas UDD.

DESCUENTOS:

25% Alumni UDD Postgrado y Pregrado.
Descuentos especiales para grupos de empresas.

VALOR PROGRAMA:

\$120.000 CLP

CONTACTO:

Teléfono: +56 225 78 3463
E-mail: postgradocomunicaciones@udd.cl

¡Inscríbete!

La Universidad se reserva el derecho de dictar o no el programa, según contingencia o motivo de fuerza mayor. Así mismo, las fechas, cursos y profesores detallados en el presente programa pueden variar por motivos de fuerza mayor, y de ocurrir, será notificado oportunamente a sus alumnos.



LifelongLearning **UDD**

El valor de la formación sin límites