



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](mailto: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.



Lifelong Learning **UDD**

El valor de la formación sin límites