



Guía Docente

Workshop Reputación Online: Prevención de Crisis en Internet

Datos del Workshop	TIPO	ECTS	SEMESTRE	PRESENCIAL	IDIOMA	CURSO
	OP	2	Consultar programación	100%	Catalán / Castellano	2025-26

Los *workshops* son actividades formativas que el/la estudiante puede escoger entre una amplia oferta presentada por la Escuela cada curso académico. Su metodología es eminentemente **práctica** y se organizan en **grupos reducidos**.

Esta guía docente es susceptible de ser modificada por causa de fuerza mayor o sobrevenida.

Descriptor	En abril de 2013, Associated Press publicó un tuit que informaba de que Obama había resultado herido tras una explosión en la Casa Blanca y que hizo caer un 1% la bolsa de Wall Street. Tan sólo hace falta un post para hundir los mercados y una mala respuesta en <i>Instagram</i> para dañar la reputación digital de un canal de social media trabajado con esfuerzo durante años. Este <i>workshop</i> ofrece una visión global acerca de los elementos a tener en cuenta para gestionar la reputación <i>online</i> de una persona u organización, así como identificar los factores clave en la gestión y resolución de una crisis en ecosistemas digitales y social media. Asimismo, el/la alumno/a aprenderá a profesionalizar la presencia y estrategia de comunicación de una marca en redes sociales, a prevenir la aparición de una crisis y a conceptualizar campañas encaminadas a mejorar la reputación de las marcas en Internet, antes, durante y después de una crisis.
Contenido	Tema 1: Reputación online. ✓ ¿Qué entendemos por ORM? ✓ Ejemplos de reputación 2.0 de marcas. ✓ Ejemplos de reputación 2.0 de personas. ✓ Monitorización y analítica. Herramientas. ✓ Informe de reputación <i>online</i>. ✓ Casos de éxito y <i>bad practices</i>. ✓ El <i>community manager</i>: perfil clave en gestión de crisis Tema 2: Gestión de crisis 2.0. ✓ Qué es y qué no es una crisis. Tipos de crisis <i>online</i> y causas. ✓ Ciclo de vida de una crisis en social media. ✓ El manual de crisis. ✓ Protocolos de actuación. ✓ Herramientas y canales. ✓ Monitorización. ✓ Cierre de una crisis: la memoria de Internet. ✓ Revisión de casos prácticos.
Sistema de Evaluación	EVALUACIÓN



- La evaluación es el proceso mediante el cual se calibra el resultado del aprendizaje del/de la estudiante.
- La puntuación mínima para superar cualquier *workshop* es un 5,00. Solamente los *workshops* superados son susceptibles de reconocimiento.
- Cualquier tipo de trabajo alternativo no tendrá efecto sobre la evaluación.

Para el adecuado desarrollo de la evaluación, **el/la estudiante**

SE COMPROMETE:

- **A la lectura, comprensión y estudio de la totalidad del material facilitado.**
- **A la autoría de sus trabajos y ejercicios.**
*Se aplicarán programas de prevención de plagio. La detección de esta infracción en un 20% o más del material comportará una calificación final de **cero** y puede dar paso a actuaciones disciplinarias por parte de la Escuela.*
El/la docente tiene potestad para requerir al alumnado la defensa oral de cualquier elemento de evaluación para superarlo (por ejemplo, en caso de sospecha de uso indebido de la IA).
- **A la corrección ortográfica, sintáctica y léxica del material presentado.** Estos elementos forman parte intrínseca de la evaluación.
- **A elaborar los contenidos de acuerdo con los criterios establecidos por el centro y/o el profesorado para cada uno de los elementos de evaluación.**
- **A realizar toda entrega dentro del plazo establecido y exclusivamente a través de Moodle.**
- **A comunicarse con el/la docente exclusivamente:**
 - **Vía Moodle.**
 - **Personalmente en el aula.**

EVALUACIÓN CONTINUADA

Considerando la naturaleza eminentemente práctica y el aprendizaje gradual propio de las actividades realizadas en los *Workshops*, **no se contemplan ni la modalidad de evaluación única ni tampoco la reevaluación.**

ELEMENTOS DE EVALUACIÓN	DESCRIPCIÓN	VALOR PONDERADO
Clases magistrales (obligatorias)	Asistencia con participación pertinente y significativa como mínimo en el 80% de las sesiones. Las faltas de asistencia no son susceptibles de ser justificadas. Para la calificación final, se realizará la media ponderada de los otros dos elementos EXCLUSIVAMENTE si se cumple este requisito.	Apto/ No apto
Actividad formativa individual	Ejercicio sobre un caso presentado por la persona responsable del <i>workshop</i> ; análisis de los detonantes, principales claves, aciertos y fallos en la gestión de una crisis de reputación digital de una marca. Conceptualización de contenidos digitales post-crisis.	70%



		Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	
	Actividad formativa colaborativa de un máximo de 5 estudiantes.	Participación constructiva en varios debates y análisis en equipo de distintos casos de malas prácticas de reputación <i>online</i> y crisis de reputación. Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	30%
Bibliografía	ACED, C. "Relaciones públicas 2.0: cómo gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital". Barcelona, 2013. CONNIE, M WHITE "Social Media, Crisis Communication, and Emergency Management". EEUU, 2012. LEVINE, LOCKE, SEARLS [et al]. "El manifiesto Cluetrain". MARTÍNEZ SANZ, RAQUEL y DURÁNTEZ-STOLLE, PATRICIA. "La gestión de crisis en el escenario digital: efectos sobre la reputación online y pautas de actuación en su comunicación", 2011 . In II Congreso Internacional Sociedad Digital, Universidad Complutense de Madrid. VV.AA. "Visibilidad - Cómo gestionar la reputación en internet". Madrid, 2009.		