



Universidad Autónoma del Estado de México
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
Licenciatura en Gestión de la Información en Redes Sociales



Programa de estudio de la unidad de aprendizaje:

Planes de Contingencia

Elaboró: Mtro. Arístides Vergara Blanco

Fecha de aprobación:

H. Consejo Académico
30 de Septiembre de 2019
Acta (711)

H. Consejo de Gobierno
30 de Septiembre de 2019
Acta (788)

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales





Índice

	Pág.
I. Datos de identificación.	3
II. Presentación del programa de estudios.	4
III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular.	4
IV. Objetivos de la formación profesional.	4
V. Objetivos de la unidad de aprendizaje.	7
VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje y su organización.	7
VII. Acervo bibliográfico.	8
VIII. Mapa curricular.	10





I. Datos de identificación

Espacio educativo donde se imparte **Facultad de Ciencias Políticas y Sociales**

Licenciatura **Licenciatura en Gestión de la Información en Redes Sociales**

Unidad de aprendizaje **Planes de contingencias** Clave **LGS027**

Carga académica	1	3	4	5
	Horas teóricas	Horas prácticas	Total de horas	Créditos

Período escolar en que se ubica **1 2 3 4 5 6 7 8 9**

Seriación **Ninguna** **Ninguna**

UA Antecedente UA Consecuente

Tipo de Unidad de Aprendizaje

Curso Curso taller

Seminario Taller

Laboratorio Práctica profesional

Otro tipo (especificar)

Modalidad educativa

Escolarizada. Sistema rígido No escolarizada. Sistema virtual

Escolarizada. Sistema flexible No escolarizada. Sistema a distancia

No escolarizada. Sistema abierto Mixta





II. Presentación del programa de estudios

La Unidad de Aprendizaje proporcionará al estudiante los elementos teóricos y prácticos para identificar amenazas y oportunidades dentro de una organización y establecer un plan de contingencias, que permita a la organización prevenir situaciones adversas contra amenazas internas y externas.

Con base en los análisis de situación, podrá gestionar la información para tomar decisiones estratégicas que le permita seleccionar de forma efectiva y oportuna los canales y medios de comunicación que ayuden a prevenir situaciones adversas desde una perspectiva comunicacional.

La Unidad de Aprendizaje Planes de Contingencia alternará clases teóricas con prácticas enfocadas al desarrollo de un método del caso. El aprendizaje a través del método de caso, es una forma práctica de acercarse a la realidad empresarial, lo que apoya al alumno en comprender los elementos, fundamentos y metodología para elaborar un plan de contingencia que se acorde a cada organización.

El alumno podrá relacionar los contenidos del curso con los de otras Unidades de Aprendizaje como es el caso de Gestión y Dirección Estratégica, lo que le permitirá enriquecer su conocimientos sobre el tema y fortalecer su desarrollo como futuro licenciado en Gestión de la Información en Redes Sociales.

III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular

Núcleo de formación: Sustantivo

Área Curricular: Ciencias Sociales

Carácter de la UA: Obligatoria

IV. Objetivos de la formación profesional

Objetivos del programa educativo:

La Licenciatura en Gestión de la Información en Redes Sociales forma profesionales que contribuyen al progreso social, económico y cultural del país, a través de los siguientes objetivos:

Generales

- Ejercer el diálogo y el respeto como principios de la convivencia con sus semejantes, y apertura al mundo.
- Reconocer la diversidad cultural y disfrutar de sus bienes y valores.
- Convivir con las reglas de comportamiento socialmente aceptables, y contribuir en su evolución.
- Adquirir los valores de cooperación y solidaridad.
- Cuidar su salud y desarrollar armoniosamente su cuerpo; ejercer responsablemente y de manera creativa el tiempo libre.





- Desarrollar la sensibilidad y el arte como base a la creatividad.
- Ampliar su universo cultural para mejorar la comprensión del mundo y del entorno en que vive, para cuidar de la naturaleza y potenciar sus expectativas.
- Participar activamente en su desarrollo académico para acrecentar su capacidad de aprendizaje y evolucionar con autonomía como Licenciado(a) en Gestión de la Información en Redes Sociales.
- Asumir los principios y valores universitarios, y actuar en consecuencia.
- Emplear habilidades lingüístico-comunicativas de inglés como segunda lengua.
- Desarrollar su forma de expresarse, su creatividad, iniciativa y espíritu emprendedor.
- Desarrollar un juicio profesional basado en la responsabilidad, objetividad, credibilidad y justicia.

Particulares

- Crear sistemas de bases de datos mediante algoritmos, modelos matemáticos y modelos de software; para almacenar, recuperar y procesar datos de la sociedad en red.
- Seleccionar métodos y técnicas cualitativas y cuantitativas en el análisis de datos, comprender su significado, procesarlo y convertirlo en información útil para las organizaciones públicas y privadas.
- Analizar el marco normativo, la seguridad de las TIC y los delitos cibernéticos, para evaluar decisiones y formular soluciones racionales y éticas sobre el uso, acceso y protección de datos e información de la sociedad en red.
- Analizar datos mediante la selección de principios, métodos y técnicas estadísticas, modelos de inteligencia artificial, minería de datos y teoría de juegos; para localizar patrones, identificar tendencias, necesidades y problemáticas de la sociedad en red.
- Investigar mercados a través de métodos cuantitativos y cualitativos para mejorar o innovar productos tangibles e intangibles e identificar oportunidades de negocio en las organizaciones públicas y privadas.
- Desarrollar habilidades tecnológicas mediante el uso de las tecnologías de la información y comunicación, para operar plataformas digitales y comunidades virtuales de la sociedad en red.
- Crear estrategias discursivas mediante la composición editorial y diseño gráfico, para comunicar información, contenido e imagen de personas, productos tangibles e intangibles, organizaciones públicas y privadas en plataformas y redes sociales digitales.
- Gestionar información en las organizaciones públicas y privadas a través del proceso administrativo para tomar decisiones estratégicas en los





ámbitos de intervención profesional de los sectores primario, secundario y terciario.

- Seleccionar los canales y medios de comunicación para difundir información, promover la identidad, imagen y reputación de personas y organizaciones; así como comercializar productos tangibles e intangibles vía *internet*.
- Colaborar en la formulación de políticas, legislación y lineamientos en torno al acceso, uso y protección de datos e información, para personas y organizaciones públicas y privadas.
- Administrar sistemas de información en plataformas tecnológicas y redes sociales digitales, respetando las políticas, legislación y lineamientos sobre el uso, acceso y protección de datos e información.
- Proponer información para la toma de decisiones en el desarrollo de políticas públicas, para atender necesidades y resolver problemas en materia de planeación y desarrollo urbano, demográfico, educativo, salud, trabajo, seguridad social, vivienda, entre otros.

Objetivos del núcleo de formación:

Desarrollará en el alumno el dominio teórico, metodológico y axiológico del campo de conocimiento donde se inserta la profesión.

Comprenderá unidades de aprendizaje sobre los conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para dominar los procesos, métodos y técnicas de trabajo; los principios disciplinares y metodológicos subyacentes; y la elaboración o preparación del trabajo que permita la presentación de la evaluación profesional.

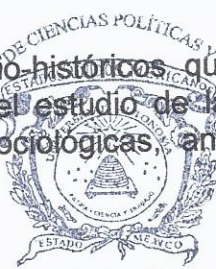
Objetivos del área curricular o disciplinaria:

Crear estrategias de comunicación a partir del análisis y la construcción del discurso, dando sentido a la información, para establecer diferentes planes de comunicación que permitan la interacción entre los actores que componen la sociedad en red.

Analizar el marco normativo vigente a nivel internacional, nacional y estatal de derecho de acceso, uso y protección a la información de la sociedad en red. Proponer actualizaciones al marco normativo sobre seguridad de la información de la sociedad en red con ética profesional.

Analizar el comportamiento de las personas en su rol de consumidor de productos tangibles e intangibles, mediante la identificación de características, necesidades y oportunidades, para fundamentar la toma de decisiones en las organizaciones públicas y privadas.

Analizar los elementos socio-históricos que han generado fenómenos en la sociedad en red, a partir del estudio de la sociedad de la información y del conocimiento, de teorías sociológicas, antropológicas e históricas de redes



Consejo Académico
PRESIDENCIA



Consejo Académico
SECRETARÍA



sociales y de la auto constitución del homosapiens y de la técnica, para comprender su funcionamiento y sus implicaciones sociales en la actualidad.

Analizar aspectos estructurales y funcionales de la lengua inglesa mediante habilidades lingüísticas de nivel medio-alto, para adquirir las competencias comunicativas en la descripción de situaciones y procesos, referencias temporales, reflexión, opinión, planeación y expectativa en contextos generales y particulares de la sociedad en red.

V. Objetivos de la unidad de aprendizaje.

Diseñar planes de manejo de contingencias mediante el análisis de situaciones de riesgo de la organización para prevenir y resolver acontecimientos desfavorables que dañan su imagen y reputación.

VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje y su organización.

Unidad 1. Riesgos y crisis en la organización

Objetivo: Analizar las características y etapas de una crisis organizacional a través de los comportamientos en su desarrollo tanto internos como externos para distinguir los diferentes tipos de públicos que puedan afectar a la organización.

Contenidos:

- 1.1. Definición y características de una crisis.
- 1.2. Etapas y fases de una crisis.
- 1.3. Tipos de crisis.
 - 1.3.1. Crisis endógenas.
 - 1.3.2. Crisis exógenas.
- 1.4. Públicos afectados por una crisis.

Unidad 2. Crisis desde la comunicación

Objetivo: Analizar los efectos que pueda causar una situación de crisis en la imagen y reputación de una organización; a través de la evaluación de estrategias de comunicación para dar solución mediante la gestión eficiente de mensajes y medios de comunicación internos y externos.

Contenidos:

- 2.1. Efectos de la crisis en la reputación organizacional.
- 2.2. Estrategias de comunicación ante la crisis.
- 2.3. Gestión de medios con públicos internos y externos.
- 2.4. Elaboración de mensajes





Unidad 3. Planes de contingencia

Objetivo: Crear las bases teóricas desde el establecimiento de comités y estrategias efectivas para el desarrollo de un plan de contingencia que permita prevenir situaciones de crisis.

Contenidos:

- 3.1. Comité de crisis.
- 3.2. Formación de portavoces.
- 3.3. Estrategias de contingencia.
 - 3.3.1. Reacción.
 - 3.3.2. Respuesta.
 - 3.3.3. Reducción.
 - 3.3.4. Recuperación.
 - 3.3.5. Replanteamiento.
- 3.4. Acciones después de la crisis (postcrisis).
- 3.5. Elaboración de plan de contingencia.

VII. Acervo bibliográfico.

Básico:

- Barquero, D. (2002). *Comunicación y Relaciones Públicas*. España: Mc Graw Hill.
- Barton, L. (1993). *Crisis in organizations: managing and communicating in the heat of chaos*. USA: South-Western Publishing Co. Ohio.
- Costa, J. (1999). *La comunicación en acción*. Barcelona: Ediciones Piados.
- Costa, J. (2004). *Comunicación de crisis y crisis de comunicación*. Bolivia: Dircom on-line. Ed. Design.
- De Bakker, F. (1997). "El papel de las comunicaciones en la gestión de crisis". *Revista Universitaria de Publicidad y Relaciones Públicas*, nº 4, pp.27-36.
- Fita, J. (2004). *Comunicación de crisis. Gestión de la comunicación en las organizaciones*. Barcelona: Ed. Ariel.
- Gaspar Martínez, Juan. (2004). *Planes de contingencia: la continuidad del negocio en las organizaciones*. España: Ediciones Díaz de Santos.
- Marín, Francisco. (2009). *Comunicación de crisis*. España: LID Empresarial.
- Trujillo Mejía, Raúl Felipe. (2013). *Planes de Contingencias*. España: ECOE Ediciones.





Complementaria:

Alloza Losana, Ángel; Carreras Romero, Enrique y Carreras Franco, Ana. (2013). *Reputación Corporativa*. España: Lid.

Carrió Sala, Marta. (2013). *Gestión de la reputación corporativa*. España: Libros de cabecera.

Carrió Sala, Marta. (2013). *Gestión de la Reputación Corporativa: Convierte lo que Piensan y Dicen de ti en tu Mejor Activo*. España: Libros de cabecera.





DISTRIBUCIÓN DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE OPTATIVAS

	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5	PERIODO 6	PERIODO 7	PERIODO 8	PERIODO 9
Psicología de la publicidad							1 3 4 5	1 3 3 5	
Psicología del color							1 3 4 5	1 3 4 5	
Diseño Vectorial							1 3 4 5	1 3 4 5	
México: audiovisuales							1 3 4 5	1 3 4 5	
Antropología visual							1 3 4 5	1 3 4 5	
Web crawler								1 3 4 5	
Alianzas estratégicas								1 3 4 5	
Estadísticas de promoción								1 3 4 5	
Branding								1 3 4 5	
Técnicas de negociación								1 3 4 5	
Sociocrítica								1 3 4 5	

PARÁMETROS DEL PLAN DE ESTUDIOS

HT: Horas Teóricas	
HP: Horas Prácticas	
TH: Total de Horas	
CR: Créditos	

Núcleo Básico Obligatorio	48
Núcleo Sustantivo Obligatorio	20
Núcleo Integral Obligatorio	16 UA
Total	176

Total del Núcleo Básico	acreditar 16 UA para cubrir 116 créditos
-------------------------	--

*Actividades académicas
 **Las horas de la actividad académica.
 Créditos a cursar por periodo escolar. Mínimo 21 y máximo 48.
 13 Ineses de serfación →
 e UA que debe impartirse, cursarse y acreditarse en la modalidad educativa escolarizada.

Núcleo Sustantivo Obligatorio	48
Núcleo Integral Obligatorio	43
Núcleo Integral Optativo	91
Total	139

Total del Núcleo Sustantivo	acreditar 22 UA para cubrir 139 créditos
-----------------------------	--

Obligatorio Núcleo Básico	
Obligatorio Núcleo Sustantivo	
Obligatorio Núcleo Integral	
Optativo Núcleo Integral	

Núcleo Integral Obligatorio	37
Núcleo Integral Optativo	36
Total	73

Total del Núcleo Integral	acreditar 15 UA + 2* para cubrir 126 créditos
---------------------------	---

TOTAL DEL PLAN DE ESTUDIOS	
UA Obligatorias	50 + 2 Actividades académicas
UA Optativas	3
UA a acreditar	53 + 2 Actividades académicas
Créditos	381

