

突发事件应急管理 with 舆论应对

培训大纲

随着现代市场经济的发展，尤其是传播业正在面临着深刻的变化，现代信息技术的发展，以及自媒体的蓬勃发展，人们对信息的掌控模式正在从过去的被动接受，向今天的主动发声深刻变革。

现代企业对社会经济的影响非常广泛和深入，正因为如此，现代企业也难以避免的面对着各种突发事件的威胁，百年品牌一夜被毁的现象比比皆是，因此加强现代企业危机公关与预警就显得十分重要。

本课程就是要全面解析危机的类型，发生的原因，应对的策略，以及传统媒体、现代媒体和舆论在危机发生其间是如何发生作用的，从而彻底提高解决危机的能力与水平。

刘大洋博士研发的这一课程，以“实战、实用、实效”为宗旨，通过大量的案例，尤其是刚刚发生和正在发生的案例进行剖析，针对性十分强。课程还会引用丰富的视频资料，以及生动的课堂互动，深入的现象分析，使参训学员受到一次全面的危机公关的思维与实践培训。

刘大洋博士是经济学学士，传播学硕士，管理学博士，具有完善的学科背景，危机公关就属于传播学的一个子学科，因此在国内具有这一专业背景的老师是少之又少，再加之刘博士长期从事新闻媒体工作和大型央企的管理工作，对危机管理有着切身感受和理论素养，具备着国内不可多得高素质课程。

刘大洋博士的课程，案例丰富、互动深入、风趣幽默、底蕴深厚，必然是收获颇丰。在一些单位的培训后，学员反映，以前的培训课程是太不够了。

第一章 突发事件

- 1.什么是突发事件
- 2.突发事件的 4 大特征
- 3.突发事件的 3 大类型
- 4.案例分析

第二章 突发事件应急管理

- 1.突发事件应急管理体制建设
- 2.突发事件应急管理流程梳理
- 3.突发事件应急响应机制
- 4.新闻发言制度与新闻发言人
- 5.突发事件新闻应对原则与技巧

第三章 突发事件应急管理方针

- 1.突发事件应急管理的总原则
- 2.突发事件应急管理的 3C 原则
- 3.突发事件应急管理的 3T 原则
- 4.突发事件应急管理的 5S 原则
- 5.突发事件应急管理的 8 步骤

第四章 舆论及其管理

- 1.什么是舆论
- 2.舆论的特点
- 3.舆论的作用
- 4.舆论的管理

第五章 公众与网络民意

- 1.什么是公众
- 2.公众心理分析
- 3.公众态度与流言
- 4.公众从众心理与逆反心理

5.网民心理分析

6. 突发事件应急管理中的网络舆情管理

第六章 新闻媒体及其应对

1.新闻媒体分析

2.编辑与记者的采访偏好分析

3.正确把握与记者的关系

4.如何维护与记者的关系

5.如何接受采访以及注意事项

6.与记者的沟通法则

7.战略性媒体关系的建立

第七章 主动传播新闻

1.撰写于己有利、有用的新闻稿

2.组织新闻发布会

3.策划宣传正面形象的新闻事件