
《网络时代的危机公关和舆情管理》

◆ 课程大纲：

一．网络时代，危机频出

- 1．网络危机事件展示（一系列网络危机事件展示）
- 2．危机的三重效应
- 3．网络文章引发的危机分析
- 4．网络时代舆情管理的重要性

二．网络时代让企业处于高危状态

- 1．社会失衡成为公共危机频发的土壤；
- 2．枪手、推手和水军的推波助澜；
- 3．信息少过滤，公共危机发生率高；
- 4．传播快、覆盖广，缓冲时间少；
- 5．公众参与、情绪煽动加剧公共危机；
- 6．公共危机病毒式复制，后遗症多。

三．网络时代的公众分析（案例分析、互动研讨）

- 1．网络危机发生后，公众最关心什么

-
2. 网络危机发生后，以最快的速度与公众接触
 3. 如何把握公众的情绪
 4. 组织化、串联化趋势渐强

四. 网络时代需要认识网络媒体 (案例分析、互动研讨)

1. 网络媒体是谁
2. 重视网络媒体
3. 如何主动建立与网络媒体的良好关系
4. 与网络记者打交道的技巧
5. 如何处理网络媒体的错误报道
6. 如何应对网络媒体引发的突发事件

五. 网络时代媒体的应对策略 (案例分析、互动研讨)

1. “鸵鸟政策”行吗?
2. 媒介是把双刃剑
3. 第一时间通过媒体发布消息
4. 日常双赢关系的建立
5. 正确对待曝光的报道或失实的报道
6. 信息时代 (Web2.0) 的网络衍生危机管理

六. 网络危机中的内部舆情管理 (案例分析、互动研讨)

-
1. 居安思危，培养全员危机意识
 2. 防范未然，建立危机预警系统
 3. 未雨绸缪，及早进行危机培训
 4. 防微杜渐，第一时间排除险情
 5. 弥补过失，勇于承担事故责任
 6. 总结经验，谨防危机事件重演

七. 网络危机中的外部舆情管理 (案例分析、互动研讨)

1. 关心政策，积极配合主管部门
2. 统一口径，策略应对媒体质疑
3. 诚心沟通，尽力赢得各方谅解
4. 低调处理，暂避对抗雪上加霜
5. 转危为安，寻找契机重获市场
6. 积极公益，重塑良好社会形象

八. 网络时代，舆情危机管理的整体框架 (案例分析、互动研讨)

1. 信息收集、危机识别、发出警示、建立预案
2. 调查分析、安抚客户、联络媒介、控制蔓延
3. 落实方法、提出方案、做出行动、传播沟通
4. 落实整改、消除影响、修补关系、矫正形象

九. 企业如何应对博客危机 (案例分析、互动研讨)

-
- 1 . 博客危机的新特点**
 - 2 . 如何建立企业博客**
 - 3 . 做好网络信息预警**
 - 4 . 制造焦点，转移危机话题**