

《媒体应对与舆情管理》课程大纲

陈清

【课程背景】

随着信息技术的高速发展，中国社会进入了“大众麦克风的时代”。公众获得信息、表达意见的方式都发生了根本变化，每个人都可能是信息的发送者和传播者。近年来几乎所有重大社会事件都始发于舆情事件。随着新闻媒体和监管部门的力量越来越大，企业任何一个微小的疏忽，都有可能通过媒体的扩散和放大，引发无法挽回的灾难。媒体是危机爆发的引爆点，同时也是危机控制的关键点。如何提高应对媒体的能力？如何把握纷繁复杂而又变动不羁的舆情，进而合理应对、疏导、化解矛盾、解决问题？是所有企业管理者面临的重要课题。

【课程对象】企业中高层管理人员

【课程方法】讲授、分组讨论、案例分析

【课时】1天

【课程大纲】

一、当前国企舆论环境分析

1. 国企成为社会舆论天然箭靶
2. 舆情对国企的三大损害
 - 1) 影响品牌形象
 - 2) 影响生产经营效益
 - 3) 影响到职工的自尊心和自豪感
3. 舆论事件的类型分析

4. 引发国企舆论事件的关键因素分析
5. 如何创造有利国企发展的舆论环境

二、新媒体时代舆情传播特点

1. 新媒体的含义及特征
2. 互联网创造了新的信息传播规律
3. 新媒体时代舆情传播六大特征

三、舆情应对与处置策略

1. 加强舆情监测与研判是舆情处置的前提
2. 舆情监测的五大关注点
3. 舆情演变四个阶段
4. 舆情应对策略与技巧分析
 - 1) 分级应对
 - 2) 分类应对
 - 3) 分别应对
5. 舆情处置的三种境界
 - 1) 力避“化危为险”
 - 2) 力求“化危为安”
 - 3) 力争“化危为机”

四、建立有效的舆情管理机制

1. 建立规范完整的考评体系
2. 建立培训保障体系
3. 建立国内外专业支撑体系

4. 构建“大舆情”组织平台
5. 建立新闻发言人工作机制
6. 建立意见领袖沟通机制
7. 建立公共关系维护机制
8. 建立内部问题解决机制

五、提高与媒体打交道的能力

1. 正确认识媒体
2. 正确把握与记者的关系
3. 适应新媒体的要求提高舆论引导能力
4. 媒体应对的基本原则
5. 如何接受采访以及专访中的注意点
 - 1) 接受记者采访前的准备工作
 - 2) 采访中的注意事项及后续工作
 - 3) 有效规避记者专访中的陷阱
6. 积极引导媒体参与舆情处理
 - 1) 主动引导媒体参与舆情处理
 - 2) 注重信息公开
 - 3) 让公众看到我们在行动