

《舆情管理与媒体应对》

◆ 课程大纲：

一. 全媒体时代，企业管理者与员工要正确认识媒体（案例分析、互动研讨）

1. 全媒体以及全媒体时代

- (1) 什么是全媒体
- (2) 全媒体时代已经来临
- (3) 全媒体时代的典型特征
- (4) 传统新闻媒体→网络自媒体

2. 全媒体时代，全面认识传统媒体和网络媒体

- (1) 媒体是什么？朋友、敌人、野兽？
- (2) 记者是什么？朋友、敌人、挑战者？
- (3) 防火、防盗、防记者？
- (4) 媒体与企业的关系如何处理

3. 全媒体时代，像了解客户一样去了解媒体舆情

- (1) 网络时代媒体舆情的效应
- (2) 媒体与舆情的信息源分析
- (3) 媒体与舆情管理需要媒商
- (4) 媒体与舆情被聚焦的原因
- (5) 防范新的媒体舆情信息源

4. 重视传统新闻媒体和网络新闻媒体

- (1) 关注业绩的同时关注所有媒体
- (2) 让新闻宣传成为你和企业的一部分
- (3) 全媒体时代，网络舆情危机频出
- (4) 要认识到媒体与舆情管理的重要性

二. 企业如何主动建立与媒体的良好关系（案例分析、互动研讨）

1. 企业要关注和培养媒体关系，

- (1) 企业有五忌
- (2) 企业有三不要

2. 企业与媒体的相处方式

- (1) 企业定期提供有新闻价值的信息和材料
- (2) 稿件及时传递，并提供资料支持和跟踪服务
- (3) 适当的广告、发行及活动支持是一种必要
- (4) 企业配合而且接受采访
- (5) 强调企业与媒体双方的利益

3. 企业如何主动引导媒体，把握舆情方向

- (1) “鸵鸟思维”行吗
- (2) 媒体是把双刃剑
- (3) 企业高层外交
- (4) 把握一个原则——给双方创造价值

4. 企业与媒体从合作走向双赢

- (1) 博弈还是共赢？这是个问题
- (2) 不要形成左右媒体的一种灰暗关系
- (3) “封口费”封不住大众的眼睛
- (4) 从基础传播到战略合作
- (5) 日常双赢关系的建立

三. 企业在舆情管理与媒体应对上的实务操作 (案例分析、互动研讨)

1. 企业与传统媒体打交道的方法

- (1) 管理者与员工可以接受采访时怎么做
- (2) 管理者与员工不可以接受采访时怎么做

2. 企业与网络自媒体打交道的方法

- (1) 管理者与员工：态度、立场、行动、状况？
- (2) 管理者与员工：原因、责任、过程、影响？

3. 企业召开沟通会，管理者与员工注意的几个要点

- (1) 一个声音
- (2) 一个态度
- (3) 一个形象
- (4) 准备好新闻发言稿

4. 企业舆情管理与媒体应对的原则和黄金准则

- (1) 企业舆情管理与媒体应对的四大原则
- (2) 企业舆情管理与媒体应对的黄金准则

四. 企业如何应对舆情危机事件 (案例分析、互动研讨)

1. 企业舆情危机处理的策略主张

2. 企业舆情危机处理的六项实务

3. 企业舆情危机处理的五个背景

4. 企业展开关联主体的危机公关

5. 企业形成舆情危机管理的方案