

《企业舆情与危机公关管理策略》课程大纲

案例：1

案例：2

案例：3

1、什么是危机公关

- A、危机的概念
- B、危机的六个特点
- C、区分危机是否发生和延续

2、危机发生的一般规律

- A、危机潜伏期
- B、危机爆发期
- C、危机延续期
- D、危机痊愈期

3、危机发生的一般规则

4、什么样的企业容易遭遇危机

5、为什么会发生危机

- A、媒体、企业、用户之间的关系

6、受众接受信息途径的变化

- A、AIDMA 法则
- B、AISAS 法则

案例：1

案例：2

案例：3

7、危机公关三重点

- A、日常危机处理机制
- B、危机处理预警机制
- C、危机处理方案

8、危机的类型与处理应对

- A、不同类型与应对方式
- B、面对危机公关
- C、危机公关企业心态调整

9、如何应对新闻媒体

- A、媒体关注点排序
- B、与媒体沟通要点
- C、与记者沟通原则

10、新闻发言人制度

- A、新闻发言人授权体系
- B、新闻发言人口径原则

C、新闻发言人文案结构与写作

案例：1

案例：2

案例：3

10、危机管理的原则

A、战略先行原则

B、制度保障原则

C、预防第一原则

D、全局利益原则

E、勇于担责原则

F、积极主动原则

11、 如何解决危机

A、舆论疏导

B、寻找危机源

C、企业积极采取行动

案例：1

案例：2

案例：3

12、 企业解决危机策略

A、解决危机步骤

B、如何与消费者沟通

C、处理流程和方式

D、策略性局面扭转与借势起航

案例：1

案例：2

案例：3

13、 企业处理危机公关七层次

案例：1

案例：2

案例：3

案例：4

案例：5