

《舆情管理与新媒体应对》

◆ 课程介绍：

随着政府职能部门对各行各业指导与监管力度的加大、整个社会的透明度增加、公众参与和客户维权意识渐强，再加上全媒体时代已经来临，传统媒体日渐活跃，网络媒体特别是新媒体越来越发达，媒体频频报道曝光致使各行各业媒体舆情增多。在这样的形势下企业如何做好舆情管理呢？

现在的新媒体舆情和传统媒体时代的媒体舆情截然不同，企业有必要学习党的领导人提出的新闻舆论观，全新认识并了解新媒体舆情；正确认识新媒体舆情信息源；平常学会建立与新媒体的良好关系；从平时的经营中挖掘对企业品牌声誉有利的新闻线索并主动联系传统媒体宣传，并主动在自媒体渠道上传播与宣传；全面解析传统媒体与网络媒体特别是新媒体舆情的应对；系统掌握新媒体舆情的管理之道和实操之术，并在实际操作与实践应用中有效落地。

◆ 课程大纲：

第一讲．新时代，正确认识新闻舆论并做好舆情管理（案例分析）

- 1．新时代的新闻舆论思想
 - (1) 新的时代学习新的新闻舆论思想
 - (2) 像了解自己一样了解新闻舆论
 - (3) 全面认识传统媒体舆论和网络媒体舆论
 - (4) 全新处理与新闻媒体的关系
- 2．新时代下的新闻媒体舆论环境与趋势
 - (1) 洞察新时代下的新闻媒体舆论
 - (2) 新媒体时代已经来临
 - (3) 新媒体时代的典型特征
 - (4) 传统新闻媒体→网络自媒体
- 3．新时代，了解媒体舆情3个特性及2个对策
 - (1) 网络时代媒体舆情效应
 - (2) 媒体舆情的信息源分析
 - (3) 媒体舆情被聚焦的原因
 - (4) 媒体舆情管理需要媒商
 - (5) 防范新媒体舆情信息源
- 4．新时代，提高媒体舆情敏感度，主动挖掘新闻做好宣传
 - (1) 关注业绩的同时关注所有媒体
 - (2) 让新闻宣传成为企业的一部分
 - (3) 新媒体时代，网络舆情危机频出
 - (4) 要认识到舆情管控与新闻挖掘的重要性

第二讲·企业主动做好新闻线索挖掘，建立与新媒体的良好关系（案例分析）

1. 企业要关注和培养与新媒体关系
 - (1) 企业要有 5 个忌讳
 - (2) 企业要有 3 个不要
2. 企业与新媒体的 4 种相处方式
 - (1) 适当的广告、发行及活动支持是一种必要
 - (2) 企业配合而且接受采访
 - (3) 企业定期提供有新闻价值的信息和材料
 - (4) 稿件及时传递，并提供资料支持和跟踪服务
 - (5) 强调企业与新媒体双方的利益
3. 企业挖掘新闻线索主动引导新媒体，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. 企业与新媒体从合作走向双赢的 5 个要点
 - (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

第三讲·企业舆情管理与新媒体应对的 4 个实务操作（案例分析、互动研讨）

1. 舆情管理与新媒体应对的 4 个预案
 - (1) 媒体接待、安排采访与临场应对
 - (2) 新闻发言人设置要求
 - (3) 沟通会、说明会流程
 - (4) 新媒体舆情管理的制度
2. 新媒体时代，应对传统媒体 3 个方式与 4 点注意事项
 - (1) 一对一
 - (2) 一对多
 - (3) 多对多
 - (4) 沟通会、说明会的注意点
3. 网络媒体与新媒体舆情 4 个管理要点
 - (1) 系统监测网络舆情
 - (2) 舆情监控与确定
 - (3) 舆情危机的性质分析
 - (4) 舆情管理的三个误区
4. 企业回应传统媒体和网络媒体的 4 个内容
 - (1) 态度类、立场类、行动类、状况类？
 - (2) 原因类、责任类、过程类、影响类？

第四讲．企业如何应对新媒体舆情危机事件？（案例分析、互动研讨）

- 1．企业新媒体舆情危机处理的4个要求
- 2．企业新媒体舆情危机处理的6项实务
- 3．企业新媒体舆情危机处理的4个原则
- 4．企业新媒体舆情危机处理的2个准则
- 5．企业新媒体舆情危机处理的5大背景
- 6．企业对外展开4个关联主体危机公关
- 7．总结复盘形成舆情危机管理5点方案

第五讲．企业舆情管理与新媒体应对的实操演练（舆情案例分析、互动研讨）

- 1．演练准备：
 - (1) 回顾实操
 - (2) 确定案例
 - (3) 场景设置
 - (4) 模拟分组
 - (5) 角色分配
 - (6) 物品准备
- 2．演练实施：
 - (1) 集体讨论
 - (2) 方案成稿
 - (3) 上台演练
 - (4) 分析点评
 - (5) 改进演练
 - (6) 复盘总结