

《提高国企领导干部舆情管理与危机处置能力》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】企业中高层管理者

【课程方法】讲授、分组讨论、案例分析、现场模拟演练

【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
3. 引发国企舆论事件的关键因素分析

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、国企领导干部舆情应对与处置策略

1. 高度重视舆情监控工作

2. 掌握舆情监测的五大关注点

3. 分析舆情演变四个阶段

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、提高国企领导干部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. 如何回答敏感问题？
 - 1) 敏感问题表态度
 - 2) 常识问题讲科普
 - 3) 积累问题多沟通
 - 4) 发展问题倡价值
7. 如何开新闻发布会
8. 现场演练：角色扮演，如何召开新闻发布会，如何接受媒体采访
9. 积极引导媒体参与舆情处理
 - 1) 加大与新闻媒体的宣传沟通力度
 - 2) 主动引导媒体参与舆情处理
 - 3) 注重信息公开
 - 4) 让公众看到我们在行动

五、做好危机处理与危机决策

1. 危机处理的基本原则
2. 危机处理的步骤
3. 危机处理的关键—事态的初步控制与隔离
4. 危机决策的四大特性
5. 分组演练：危机决策情景模拟演练