



解构卓越思维和实用文案，快速提升组织力和执行力

课程大纲：

有的放矢 精巧传播

——企业新闻通讯与公众号推文创作实战

上海 王致诚

课程背景：

1. 习近平总书记强调，意识形态和新闻宣传工作要“高举旗帜、引领导向，围绕中心、服务大局，团结人民、鼓舞士气，成风化人、凝心聚力，澄清谬误、明辨是非，联接中外、沟通世界”。近年来，新闻舆论政策有变。

2. 信息泛滥，快餐式阅读，竞争加剧，需要强有力的传播效应，对写作的要求越来越高，一般性、教科书式的文案已很难吸引眼球；传统纸媒被电子媒体取代，技法不足的写法必然缺乏市场，造成新闻资源的浪费。

3. 对企业员工而言，“信息视听选择项”呈爆炸式增长，“企宣老经验”、“传统采写套路”在夹缝中生存，赢得关注度、喜好度越来越难，而团队的光荣感、凝聚力和战斗力仍需增强，必须与时俱进，创新手法。

课程目标：帮助学员

1. 把握新闻形势和趋势，加深认识，掌握通讯、消息的构思和演绎技巧。
2. 掌握新闻新模式，素材调研、关键点取舍、语言打磨、综合查错等要领。
3. 适应“公众号阅读”新媒体，学会打造“适于企业”的宣传文案创意。

课时设定：6小时

授课对象：

1. 专职宣传文化干部、通讯员、公众号内容创作者；
2. 各级管理者，总部人员特别是行政人事、党建群团等从业者；
3. 其他需具备文秘、宣传、公关、党务、档案、培训等关联能力的人员。

课程特点：深度解读，案例分析，视频启发，学员互动与点评，实写训练

课程内容：

引言：一篇通讯引发的企业惨痛教训

一、新时代企业宣传使命

1. 二十大意识形态工作变革

企业新闻宣传认知误区

自媒体与国企党建格局之变

2. 新时代企业党建宣传需要



企业新闻背景辨识

企业宣传稿六大特点

(党建宣传与政府宣传、经管宣传的差异)

3. 通讯写作使命与目标

企业通讯员新素养

三、新闻稿创作新要领

1. 党与政：结构

通讯的结构布局

经营类通讯范文分析

解读“十九届六中全会”经典报道

2. 舍与得：“标题党”

标题的形态与要领

“政治属性”标题拟定

3. 导与叙：正文新策略

公司党建新闻内在逻辑

导语写作要领

训练：概括新闻导语

通稿七大谋略

(对比式、倒金字塔式、散文式…)

案例：央企国企党建新闻特色

4. 新闻宣传用语

思政新语、党建术语、纪检术语……

四、优质新闻稿打造

1. 何为“优质”

通讯“错漏”的危害

“识别不了”：舆情隐患

2. 素材调研

新闻采写

实践与热点塑造



训练：某央企新闻的背后

3.新闻视角

新闻焦点、热点、亮点

案例：某央企党建新闻

3.新闻引语

间接引语使用

案例：新闻联播借鉴

4.弊病预防

- ◆ 重大政治性错误
- ◆ 职务、法律等专业错误
- ◆ 错用典故
- ◆

5.类型化技巧

国企新闻五大典型

案例：报道“党建组织活动”

五、企业公众号推文写作

1.企业公众号再认知

特性、功能和形式差异

案例：某央企党委公众号图文鉴赏

2.公众号推文成稿技巧

结构布局特色

资料来源与梳理

经验：国企采写陷阱预防

3.做到“最简洁最有效”

如何“去粗存精”“去伪存真”

4.图文编辑技巧

文字权衡与图片选配

版面的“新媒体技巧”

训练：一篇公开推文的升级优化



六、（由客户选其一，作为第六部分，一般 30 分钟）

附一：新闻摄影与自媒体选用

附一：企业新闻摄影技巧

1. 拍摄要领

企业活动选景特点

企业新闻拍摄八维度

拍摄注意事项

经验：会议现场拍照特别提醒

2. 自媒体图片抉择

案例：某获奖新闻配图鉴赏

附二：消息（简讯）写作技巧

1. 消息（简讯）的特性、功能

2. 消息（简讯）的成稿技巧

消息（简讯）结构逻辑

消息（简讯）资料来源与梳理

消息（简讯）如何“最简”

经验：消息（简讯）优化改写

3. 消息（简讯）编排技巧