

危机公关、媒体应对及新闻发言人实务操作

【培训对象】：

- 1、董事长、总裁及其它董事会成员
- 2、总经理或副总经理等高管
- 3、首席危机官（危机管理小组组长）
- 4、公关部经理
- 5、新闻发言人
- 6、其它中高层管理人员

【课程时间】：2天（12小时）

【培训导师】：危机管理专家朱文川博士

【培训对象】：

- 1、外资企业、上市公司、大型国企高管和行政助理，政府机构或组织的高管
- 2、企业和政府机构媒体关系负责人、新闻发言人
- 3、企业市场推广、企划、品牌、营销、广告等部门负责人
- 4、大中型超市主管、政府归口管理的大型公共场所和设施的安全主管和媒体关系负责人
- 5、电讯、网络、银行、保险及证券公司等直接面对消费者、易被媒体曝光的企业
- 6、公共卫生医疗系统、建筑业、制药业、餐饮业、美容业、煤矿业和电力系统等易发生危机的企业或机构

【课程时间】：2天

【培训导师】：危机管理专家、中国科大汇浦金融研究院副院长朱文川

【课程大纲】：

第一单元：危机管理概论和方法

- 1、中国国情下的危机特点和分类
- 2、引发危机的诱因分析
- 3、危机的四个阶段
- 4、有关危机的三个法则
- 5、建立内部危机处理组织链条
- 6、危机管理的原则
- 7、中国式危机公关的三层含义

第二单元：中国媒体大环境下的风险分析和风险管理

- 1、企业需管理的四种关系孰为重
- 2、新媒体时代信息传播特点
- 3、“自媒体也疯狂”导致企业无处藏身也无秘密可言：案例学习
- 4、日常媒体风险和危机管理的重点
- 5、三种人制度的建立和完善：新闻发言人/新闻撰稿人/媒体联系人
- 6、新闻发言人应具备的基本素质及技能
- 7、如何对媒体做有效发布
- 8、规避媒体风险和媒体陷阱：与媒体和记者打交道的 20 个技巧

第三单元：如何应对媒体危机：案例学习/角色扮演

- 1、当内部危机转变为媒体危机时
- 2、跟企业管理有关的媒体危机
- 3、处理媒体危机的重点
- 4、处理媒体危机的流程
- 5、媒体危机出现时的行动
- 6、媒体危机出现时（新闻发言人）怎样对外发言：案例学习
- 7、媒体风险评估及管理

第四单元：如何制作媒体危机预案

- 1、企业危机识别练习
- 2、危机发生时--媒体的思路是什么？
- 3、创造性思维/简单可操作：应急危机预案的内容和一整套流程
- 4、照葫芦画个好瓢：危机预案动态指挥系统模型图

第五单元：新闻发布会模拟实战演练

- 1、面对记者时的言行礼仪
- 2、如何给记者留下整体好印象
- 3、高管和高官答记者问失败案例学习
- 4、新闻发布会前的准备
- 5、“关键正面信息”：以不变应万变
- 6、如何应对记者纠缠和刁难
- 7、模拟新闻发布会：回答各种境况下记者提出的刁难问题
——根据给出的标准框架，练习如何调整回答