**玩转媒体：互联网时代的企业品牌传播策略**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **开课期数** | **开课时间** | **星期** | **课程费用** | **开课地点** |
| 第一期 | 2017年01月13-14日 | 周五一周六 | 4980元 | 上海 |
| 第二期 | 2017年06月22-23日 | 周四一周五 | 4980元 | 上海 |
| **备注** | 理论讲述、案例分析、小组讨论、问题点评、情景演练，动静结合，生动活泼；  小班授课，限招35人；  以报名先后顺序为准，满班后的报名学员自动转为下期。 | | | |
| **报名流程** | 填写最后一页的报名回执表并发送给相关联系人 | | | |

**【课程亮点】**

* + 课程框架涵盖现代品牌传播学的前沿知识，具有一定的**理论高度和学术前卫性**；
  + 教案融合最新信息，技术手段生动、实用，操作性强，极易拷贝；
  + 讲解方式睿智、幽默，既有学识的深度，又有实战的广度。

**【课程对象】**

* 培训对象企业类：董事长、总经理、副总经理、各部门经理、公关部经理、品牌主管、营销经理以及相关管理人员
* 机关类：办公室主任、党委新闻发言人等

**【课程时长】**2天，6小时/天

**【课程收益】**

近年来，中国的媒体环境发生了巨大变化，形态日趋多样，特征日趋复杂，对公众舆论的影响、对政府、企业的监督作用都大大加强，越来越多的企业因媒体曝光或者处理不当而损失惨重。

在这样的环境下，市政部门如何协调与政府、公众以及媒体的关系；如何在服务百姓的同时，最大限度地降低对社会及其市民的客观干扰；如何妥当地消除公众的误解和矛盾，积极有效地应对危机；如何正确处理媒体关系，树立良好企业、组织形象，抵御危机……凡此种种，就对市政部门的发展具有重要和长远的意义。

企业如何能借力新媒体力量助力企业品牌传播？本课程结束后，学员将能够充满自信的、成功的与媒体进行有效沟通，不仅仅掌握一些抽象的MUST原则，更掌握HOW TO DO策略和方法，针对性地化解企业品牌传播的矛盾与冲突，得心应手地协调企业与公众的关系，提升管理绩效，建立良好的企业形象。

**【课程大纲】**

**第一天：与媒体沟通的策略与技巧**

**开场：**

1.学员的AIDA自我介绍---开场的重要性

2.介绍课程目的、过程、收益

3.了解参加学员对培训的期望

4.增进讲师和学员之间的了解和信任

**小组讨论并呈现**

1. 以往企业品牌传播的模式是什么？
2. 你平时是如何与媒体沟通的？
3. USP：企业的品牌传播风格是什么

**模块一：全媒体时代的传播特性**

1. 媒体应对在中国兴起的背景
2. 媒体执政的基本内容
3. 媒体应对的国际价值
4. 媒体应对的国内需要

**模块二：媒体应对的新闻运作基础**

1. 媒体的功能和基本运作方式
2. 什么是新闻？CNN的定义
3. 正确把握与记者的关系
4. 如何维护与记者的关系

**模块三：危机公关与应对技巧**

1. 危机：定义与类别
2. 危机的事前防范
3. 危机的事中处置
4. 危机的事后应对
5. 危机的处理时机
6. 危机公关的策略

**模块四：媒体应对的基本知识**

1. 新闻发布会
2. 记者招待会
3. 媒体应对的原则
4. 接受记者采访的技巧
5. 专访中的陷阱
6. 如何应对出镜采访：电视镜头前的身体语言

**第二天：互联网时代的品牌传播**

**模块五：CIS**

1. 什么是CIS
2. MI
3. BI
4. VI

**模块六：IMC**

1. 什么是IMC
2. 为什么要实施整合传播
3. 整合传播的新选择

**模块七：新闻策划的技巧**

1. 新闻稿写作的误区
2. TTT法则
3. 表达的策略
4. 编发的方法

**模块八：事件营销的技巧**

1. 策划的起点
2. 常用的策略：善因营销，文化营销，体育营销
3. 意识形态的边界与误区

**模块九：互联网广告的策划与投放**

1. aidma法则到aisas法则
2. 广告到窄告
3. 广告呈现方式的创新与革命

**模块十：回顾与小结**

1. 总结所学知识和技巧
2. 提问与解答
3. 建立行动计划
4. 培训评估和颁发证书

**【讲师介绍】**

**朱强博士**

**游历美国、日本、丹麦、奥地利、台湾等国家和地区**

**熟悉现代品牌传播的前沿理论和实践策略**

* ****上海地平线培训网高级顾问
* 具有30年学术研究以及高等院校教学经验
* 拥有南京大学哲学硕士、社会心理学博士学位
* 美国佛罗里达州立大学访问学者
* 中国广告协会学术委员会委员
* 江苏省省委宣传部新闻发言人培训基地 主讲讲师

**商业管理背景：**

朱强博士，拥有30年的高等教育理论研究与教学经验，是中国传播学界率先引进公共演讲（public speaking）的学者，是中国公共演讲的鼓吹者和实践者，朱强在学界的探索、业界的实践，相互映衬，相得益彰，学院派与实战派的完美结合，深受众多学员喜爱。

在教学与研究之余，朱强博士还在江苏电视台新闻中心担任新闻评论员，积累了丰富的媒体应对和魅力演讲的第一手实战经验，这也使得朱强博士在培训时，张弛有度，游刃有余。

朱强博士曾参与浙江医药、浙江英特、江西东风药业、青岛国风药业、先声医药等医药企业的商务推广和客户服务的系列课程设计、开发、培训工作，为近1000家企业和团体、组织提供了强有力的智力服务。

**教育培训背景：**

朱强博士曾就读于百年名校南京大学，取得哲学硕士学位（1993），社会心理学博士学位（2003）。游历美国、日本、丹麦、奥地利、台湾等国家和地区，熟悉商务沟通的现实运行和学理秘籍。

2008-2009年，在美国佛罗里达州立大学做访问学者，专攻公共演讲的理论研究。翻译著作《公共演讲：路径与方法》、《演讲者圣经》在清华大学出版社出版；专著《公共演讲的传播艺术》在中国广播电视出版社出版。

他博览群书、注重理论与实践的有机结合，研究的主要课题包括但不限于：《玩转媒体：互联网时代的企业品牌传播策略》。

**报名表格**

**课程名称：《**玩转媒体：互联网时代的企业品牌传播策略》

**课程费用：**4980元/人

**上课地点：**上海

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 公司名称： |  | | |
| 公司地址： |  | | |
| 联系人： |  | 电话： |  |
| 性 别： |  | 传真： |  |
| 部门及职务： |  | E­\_mail |  |
| 参加人姓名： | 部门及职务 | 手 机： | E­\_mail |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| **您的其他要求和相关说明：**   * 付款方式：□现场交课程券 □课前汇款 □其他 * 预定宾馆：□需要 □不需要 住宿标准及预算要求 * 预定票务：□需要 □不需要 车次或航班要求 * 其他要求：   **银行账号：**  开户银行：中国建设银行股份有限公司上海南泉路支行  户 名：陈浩  帐 号：6227 0012 1510 0277 181  **联系方式：**  林苗  电话：021-58653259 手机：13564679986 邮箱：linmiao@tonglishare.com | | | |