**E107《当“喉舌”遇上自媒体》**

**—互联网下的企业内刊和自媒体管理**

开课信息

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **开课期数** | **开课时间** | **星期** | **课程费用** | **开课地点** |
| 第一期 | 2020年04月23~24日 | 周四一周五 | 3600元 | 上海 |
| 第二期 | 2020年08月06~07日 | 周四一周五 | 3600元 | 上海 |
| 第三期 | 2020年12月26~27日 | 周六一周日 | 3600元 | 上海 |
| **备注** | 案例式教学，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；  课程费用含培训费、教材费、场地费、午餐、茶歇费及税金（增值税专用发票）。 | | | |
| **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； | | | |

课程背景

企业文化是推动企业战略落地和实施的有力武器，一个企业有什么样的战略就需要有什么样的文化、机制、团队去匹配，而要保证这个战略落地的有力武器就在文化很重要的载体，被称之为企业领导人的“喉舌”——企业内刊。

毛泽东说：“凡是推翻一个政权必先打造舆论。“习近平总书记说：”经济工作是全党中心，但宣传工作是重中之重。如何让企业战略经营落地，需要通过文化去造势，通过各种媒体，包括自媒体去推动，这个执行的有力武器就是被誉为企业喉舌的“内刊”——纸媒和自媒体！如何用自媒体去传播企业文化呢？海尔内部有上百个微信号，他们是怎么管理的？他们为什么会有那么多微信号？如何用微信号去传播企业文化，如果去管理微信号？如何用自媒体调动大家的积极性？让互联网时代的企业文化更有有趣？如何让你的文化更有品牌影响力？

**——具有海尔10年资深企业文化实战管理经验的孙海蓝老师，将通过大量实操案例告诉你如何做好内刊，如何在互联时代用做好自媒体，写好中国故事。**

课程对象

中高层管理者、HR、党政办公室，企业文化专员、自媒体运营、管理人员

课程收益

1. 会干：会造势，会采编、会提炼
2. 会写：写故事、写新闻、编微信
3. 会讲：讲政治、讲正气，讲文化

4． 会悟：悟内刊、悟自媒、微传播

 课程大纲

**模块一：自媒体管理**

**第一讲：角色定位——角色认知 推动战略**

**自我定位：**

案例互动：你理解的内刊的定位是什么？

1、文化四者：推动者、传播者、实践者、创造者

2、企业文化工作者应有的新闻嗅觉和新闻洞察力

3、热爱是做好文化工作的前提

4、我们基本功：会造势，会提炼，会总结，会策划

**自媒定位：**

1. 你的自媒体属于那种定位
2. 自媒体是一种产品
3. 用读者思维做自媒体
4. 融入战略舆论导向是自媒体灵魂
5. 生动有趣的展现方式
6. 员工参与是激活的根本
7. 抓人眼球 寻找亮点

**第二讲：互联时代——文化特点 读者思维**

1. 互联网时代企业文化的几大特点
2. 品牌和营销文化要适应时代要求
3. 互联网时代读者的特点
4. 自测一下我们在品牌传播方面的问题？

案例练习：知名度？影响力？美誉度？

**第三讲：品牌传播——传播模式 网络借势**

1. 大数据带来的宣传模式改变
   * 脑白金“金弹”传播模式的消失
   * 人们接受传播的新模式
   * 新媒体传播中的数据应用
2. 从购买广告到赢得关注
   * 从媒体展示到购买用户
   * 广告比拼的是创意
   * 互联网推广的效果付费
3. 新媒体内容营销模式
   * 用户思维
   * 创意制胜
   * 话题制造
   * 眼球效应
   * 体验至上
4. 宣传软文要求
   * 具有传播性
   * 被百度收录
   * 被新闻源网站转发
   * 微博话题榜推荐

**第四讲 网络炒作和内容管理**

1. 网络炒作
   * 口碑制造
   * 病毒传播
   * 事件传播
2. 话题制造
   * 傍事件
   * 傍明星
   * 傍热点
   * 制造争议
3. 聚合传播渠道
   * 大V合作
   * 全民传播
   * 微信朋友圈
   * 场景应用
4. 整合传播
   * 跨界传播
   * 水军使用
   * 借助热点事件

**第五讲 自媒体写作——新闻采编 写作风格**

1、关于采编实操手段的训练

* + 至少16种采编手段的训练方法
  + 案例分享：几种素材的分享、演练
  + 作业练习

2、关于题目和内容的提炼

* + 让题目抓人，让文章诱人
  + 题目的提炼：一目知文法

演练：引题、副题、主题训练

案例分享：一目知文法

3、关于通讯、人物的报道写法

* + 抓导向，抓立意，讲故事
  + 理解意图更重要
  + 鲜活的语言更生动
  + 文章写法的三个一思想

4、关于自媒体写作

* + 自媒体的写作特点
  + 自媒体的文字特点
  + 自媒体运用的几个思维
  + 自媒体的个性要求
  + 关于微信号、微博等自媒体的写作风格

**第六讲 实操训练**

1. 企业微信号的管理
   * 微信号如何让员工参与
   * 微信号管理大家谈
   * 现场实操训练：写法
2. 传统媒体写作风格
   * 写作技巧

**模块二：企业文化落地**

**第一讲 文化落地——落地方法和工具**

1. 高层重视 给予支持
   * 高层重视 文化给力

高层管理者在企业文化的推动角色

* + 干部先动 自上而下

企业文化适合自己就是最好的

1. 导向落地——平台
   * 企业文化导向的核心媒体

报纸、内刊、电视、网络、OA、桌面……

* + 干部自上而下讲文化，关注文化，践行文化

案例分享

1. 理念渗透——行为
   * 1、文化从建立理念引导行为开始

一个文化理念如何诠释到员工

* + 2、理念渗透 学讲故事

文化渗透方式：从思想到形式

1. 讲故事、讲案例、树标杆 做典型
2. 文化微小品、文化漫画、文化演说
   * 3、抓导向 舆论监督
3. 舆论鲜明 文化监督
4. 身边人，身边事加强舆论引导

运用好内部媒体的力量

案例分享和案例演练

1. 氛围营造——造势
   * 文化要策划造势
   * 通过造势激励人心。激发士气

案例练习和案例分享

1. 平台参与——聚力
   * 企业搭台 员工唱戏
2. 搭建平台，让员工参与进来
   * 授人以娱 不断成长
3. 让员工在参与中成长和进步
4. 案例演练和案例分享
5. 让员工在参与中得到快乐
   * 设计活动参与
6. 每一次活动要赋予它企业文化的意义
7. 关爱员工——聚心
   * 建立员工关爱墙

海尔、移动、海景案例

* + 学会凝聚人心，激活士气

案例分享

**第二讲 课程小结 优化提升**

1. 我的行动
2. 我的计划

讲师介绍

**孙海蓝老师**

* 上海同砺智库高级顾问
* 上海地平线培训网高级顾问
* 海尔实战派资深培训师、高级咨询顾问
* 海尔企业文化、OEC、培训管理、服务管理推广专家
* 海尔企业文化体系创始人之一
* 海尔大学资深高级讲师、海尔管理实战经验10年
* 中国百强企业优秀讲师
* PTS国际职业培训师行业协会职业培训师
* IPTS国际职业培训师30强金牌培训师

**【背景介绍】**

曾任海尔职业经理人，海尔管理实战工作经验10年，海尔内部企业讲师5年。

原海尔企业文化体系主创人员、曾任海尔大学高级讲师。

10年工作经历走过企业文化、人力资源、目标管理、行政总监等中高级管理岗位。

借鉴海尔管理经验，创建了中国本土备增企业利润的管理咨询模式，国内多家企业管理咨询公司高级培训师、咨询师

**【擅长领域】**

企业文化、培训管理、服务管理、行政统筹、中高层管理能力提升

**【授课风格】**

* 实用+分享+互动+参与，可以根据企业需求量身定做管理课程。孙老师的课程实用性很强，和企业结合紧密，不忽悠，课程朴实自然，课堂氛围活跃，学员参与很高。孙老师本着学以致用的原则，用心培训，用心分享。
* 孙海蓝老师授课中对学员加以引导、控场能力强、培训中提倡学员是培训的主角，对学员具有极大的吸引力和感悟力。互动参与性强，并结合自身丰富的实践经历，在培训中教授大量的方法和工具，倡导学以致用。使企业和学员感受到实战、实效、实用，通过实战的课程培训让学员和企业感受到培训是企业最好的投资，也是提高员工各种管理技能的最好手段和方法。

**【部分服务客户】**

**通讯业：**中国移动集团、浙江省电信、江苏省电信、张家港电信、广东电信、广西电信、宁夏移动、广州移动、黑龙江移动、宁波移动、濮阳移动、菏泽移动、河北移动、江西移动、亳州移动、黑龙江移动、宁波移动、黑河移动、临沂移动、东营移动、张家口移动……

**烟草业：**白沙烟草、贵阳烟草、保定烟草、青岛颐中烟草

**电力业：**广西电力、神华电力集团、贵州电力、南方电网、青海省电力、青海黄化电力、格尔木电力、新疆华能电力、贵州电力、南方电网、华北电网、沈阳电力、贵州遵义电力、云南电力、临沧电力、邯郸热电集团、淄博热电、北票农电局、桐庐供电局

**房地产业：**上海中建八局、绿城、天津帝旺房地产、中南房地产、潍坊恒信建设集团、北京云建房地产、郑州金成房地产公司、合肥华润置业、浙江台州扬帆地产、安徽柏星地产置业、

**钢铁业：**武汉钢铁、宝钢集团、华凌钢铁、梅钢培训中心、鄂钢、萍钢

**邮政企业：**北京邮政集团公司、濮阳邮政、广东邮政公司

**能源业：**中石油、中海油、中石化大庆油田、神华宁煤、晋煤集团、晋煤集团成庄矿、中国石化江苏石油、海润集团、北京石油管理干部学院、天津石化、陕西延油、胜利油田、伊泰集团、汉江集团、张家口煤矿机械、广西绿城水务、中山水务、黄河水利委员会、徐州矿物局

**银行业：**中国工商银行、中国建设银行、中国储蓄银行陕西省分行、中国邮储银行信用卡中心、中国民生银行冶金事业部、中国中信银行济南分行，中国建设银行江西省分行、青岛银行济南分行、深发展佛山银行

**制造业：**苏州日立光电、、张裕葡萄酒、、苏州日立光电、宁波欧琳集团、南京奥赛康制药、益海粮油烟台公司、青岛齐耀瓦锡兰陵重工、通威股份、河北长城长电极有限公司、重庆金算盘、北京德青源鸡蛋、北京新华都变压器、江苏安靠电压附件有限公司、黄山永佳集团、中国兵器东方集团公司、山推工程机械股份、厦工工程有限公司、广西登高集团、北票农电、北京金保联印刷、红日阿康、JB集团、燕京啤酒重庆高速铁路有限公司、高等教育出版社外语分社、北票农电、江苏蓝丰、沈阳飞机工业（集团）有限公司、天津泰丽戈妮、内蒙古红骏马集团、江西宝娜斯集团、广西东塘糖业有限公司、中国河北香河家具城、烟台嘉禾乐天家具城、石家庄造币有限公司、山东鲁林木业、厦门中小企业联合会、焦作市中小企业联合会、江苏淮安中小企业协会、清华大学研究生、厦门进出口公司MBA、东莞榴花艺术等等几百家制造业。

**服务业：**北京首都国际机场、杭州萧山国际机场、重庆国际机场空港服务公司、中外运空运发展股份有限公司、苏州胥城大酒店、酒泉卫星发射中心、中国平安保险公司、陕西高速工贸、青岛海景花园大酒店、南昌锦都皇冠酒店、杭州公路质量监督局、上海韩影宫美容公司等等企业。

报名表格

**课程名称：**《当“喉舌”遇上自媒体—互联网下的企业内刊和自媒体管理》

**上课时间： 课程费用：**3600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：   **听课须知：**   1. 案例式教学，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。）   **银行账号：**  户 名：上海同砺企业管理咨询有限公司  开户银行：农业银行上海四平路支行  C:\Users\ai_Y\AppData\Local\Temp\WeChat Files\b582be23d26ac64ac94fecb9e16a1db.jpgC:\Users\ai_Y\AppData\Local\Temp\WeChat Files\fbd34256f06d47c8a006502a0a32b31.jpg账 号：0337 4600 0400 1060 6  **联系方式：**  林苗（渠道部经理）  电话：021-58653259  手机：13564679986（同步微信）  QQ：1219176301  邮箱：[linmiao@tonglishare.com](mailto:linmiao@tonglishare.com) **同砺学习圈** **同砺智库联盟** | | | |