

公司宣传工作管理办法(包括宣传手段、 部门职责、工作流程等)

宣传工作管理办法

- 一、总则
- 二、宣传工作的目的和原则
- 三、宣传工作的组织和管理
- 四、宣传工作的内容和形式
- 五、宣传工作的效果评估
- 六、宣传工作的保密工作
- 七、宣传工作的监督和检查
- 八、附则

一、总则

为规范公司宣传工作，提高公司形象和知名度，促进公司业务发展，根据公司实际情况，制定本管理办法。

二、宣传工作的目的和原则

公司宣传工作的目的是：向社会传递公司的信息，增强公司的知名度和影响力，促进公司的业务发展。

公司宣传工作的原则是：客观真实、准确全面、时效性强、创新性突出。

三、宣传工作的组织和管理

公司设立宣传部门，负责公司宣传工作的组织和管理。宣传部门应当制定宣传工作计划和具体实施方案，按照计划和方案开展宣传工作，并对宣传工作的效果进行评估。

四、宣传工作的内容和形式

公司宣传工作的内容包括公司形象宣传、产品宣传、活动宣传等。宣传形式包括广告、新闻稿、公关活动、网络宣传等。

五、宣传工作的效果评估

公司应当定期对宣传工作的效果进行评估，根据评估结果对宣传工作进行调整和改进。

六、宣传工作的保密工作

公司宣传工作涉及到公司的商业机密和经营秘密，宣传部门应当严格遵守保密规定，确保公司的商业机密和经营秘密不被泄露。

七、宣传工作的监督和检查

公司领导对宣传工作进行监督和检查，宣传部门应当积极配合，接受领导的指导和监督。

八、附则

本管理办法自发布之日起施行，如有需要，公司可以对本管理办法进行修订和补充。

7.5 设备管理与维护部门的宣传

在设备管理与维护部门中，宣传是非常重要的一项工作。宣传的目的是为了提高员工对设备管理和维护的重视程度，以及增强他们的安全意识。这有助于减少意外事故的发生，提高生产效率。

8.1 宣传内容

宣传内容应该包括以下几个方面：设备管理和维护的重要性、设备的正确使用方法、设备的保养和维修方法、设备安全操作规程以及应急处理措施等。这些内容应该针对不同的岗位和职责进行分类宣传，以确保员工能够了解并掌握相关知识。

8.2 宣传形式

宣传形式应该多样化，包括口头宣传、海报、宣传单、培训课程等。其中，培训课程是最为有效的宣传形式之一，它能够让员工更深入地了解设备管理和维护的知识，并且能够与其他员工进行交流和分享。

9. 工作流程

宣传工作应该遵循以下流程：确定宣传目标和内容、确定宣传形式和宣传媒介、制定宣传计划、组织宣传活动、宣传效果评估。这些流程应该有条不紊地进行，以确保宣传工作的有效性和可持续性。

9.1 例行类宣传

例行类宣传是指每年或每个季度都需要进行的宣传活动，如设备安全操作规程的宣传、设备保养和维修方法的宣传等。这些宣传活动应该定期进行，以确保员工对相关知识的掌握和记忆。

9.2 专题类宣传

专题类宣传是指针对某一特定主题或事件进行的宣传活动，如设备安全检查、设备故障处理等。这些宣传活动应该及时进行，以确保员工能够在第一时间掌握相关知识和技能。

10. 宣传管理

宣传管理是指对宣传工作进行计划、组织、实施和监督的管理工作。宣传管理应该具有科学性和系统性，包括宣传计划的制定、宣传活动的组织、宣传效果的评估等。同时，宣传管理应该注重与其他部门的协调和合作，以确保宣传工作的顺利进行。

10.1 基础资源管理

基础资源管理是指对宣传工作中的人、物、财、技术等基础资源进行合理配置、高效利用和科学管理的过程。在宣传工作中，基础资源的管理直接关系到宣传效果的好坏。因此，必须要注重基础资源的管理。

10.2 设计资源管理

设计资源管理是指对宣传工作中的设计资源进行合理配置、高效利用和科学管理的过程。在宣传工作中，设计资源的管理直接关系到宣传效果的好坏。因此，必须要注重设计资源的管理。

10.3 对通讯员的管理

通讯员是宣传工作中的重要力量，他们是宣传工作的主力军。对通讯员的管理应该注重以下几个方面：一是对通讯员的培训和指导，提高他们的业务水平；二是对通讯员的激励和奖励，激发他们的工作积极性；三是对通讯员的考核和评价，及时发现和纠正问题，提高工作质量。

10.4对重大突发事件宣传的管理

重大突发事件是宣传工作的重点和难点。对重大突发事件宣传的管理应该注重以下几个方面：一是要及时掌握事件的最新进展，及时发布官方消息；二是要加强舆情监测和分析，及时回应社会关切；三是要加强与媒体的沟通和协调，确保信息的准确传递。

10.5对接待媒体采访工作的管理

媒体采访是宣传工作中的重要环节。对接待媒体采访工作的管理应该注重以下几个方面：一是要提前做好准备工作，明确答复的主要内容和方式；二是要加强对媒体的引导和控制，确保信息的准确传递；三是要加强对媒体的关注和反馈，及时发现和解决问题。

10.6宣传发布内容的管理

宣传发布内容是宣传工作的核心和关键。宣传发布内容的管理应该注重以下几个方面：一是要根据受众的需求和特点，确定宣传的主题和形式；二是要加强对宣传内容的审核和把关，确保内容的准确性和合法性；三是要加强对宣传效果的评估和反馈，及时调整宣传策略和方式。

本文旨在修正公司宣传管理办法中的格式错误，删除明显有问题的段落，并对每个段落进行小幅度的改写。

宣传工作管理办法

1.目的与意义

本文旨在进一步加强公司宣传工作，增强宣传工作的时效性、针对性和规范性，及时反映公司工作开展情况，全面展现公司核心价值观与企业精神。

2.适用范围

本办法适用于公司对内、对外宣传以及内外部网站管理。

3.宣传工作原则

宣传工作应遵循合法性、准确性、及时性、有效性、导向性、实事求是和亮点突出的原则。

4.宣传工作宗旨

宣传工作的宗旨是展现各项工作成绩，挖掘特色亮点工作，树立公司良好形象。

5.宣传架构（体系）

宣传内容为核心，由宣传内容决定该项工作的职能归属部门。宣传归属部门决定具体宣传行为，即由宣传内容来确定宣传职能归属部门，由宣传职能归属部门决定宣传形式，由宣传形式决定工作流程。宣传资源为宣传行为提供支撑。每一个（类）宣传，要保证其原始素材的标准性和展现方式的唯一性。

6.术语定义

宣传工作的成功与否，与宣传行为、宣传资源、宣传内容等因素密切相关。宣传行为是指采取何种宣传形式，以及该形式的标准工作流程。宣传资源则包括基础资源和设计资源，前者由 VIS 和媒体资源库构成，后者则包括公司内部或外部的设计人员、技术和器材等。宣传内容则是宣传活动的核心和灵魂，由宣传内容决定该项工作的职能归属部门。原始资源是宣传活动中或结束后形成的最初宣传材料，再加工资源则是对原始资源进行编辑整理形成的最终宣传材料，或将原始资源修改用于其他宣传工作的最终材料。最后，存档是将宣传素材提交至媒体资源库。

在部门定义方面，宣传管理部门属于综合部，负责公司内外部宣传工作的组织、策划、执行与管理。宣传执行部门则是各部门，负责结合公司年度宣传工作计划，制定各自的宣传工作计划，并提交宣传管理部门。媒体组负责宣传工作的基础资源管理和设计资源管理。在宣传类别定义方面，公司定期组织开展的各类活动及日常工作宣传属于例行类宣传，而公司不定期组织开展的各类宣传活动则属于专题类宣传。

监督等。宣传管理部门则负责每年年底拟定公司次年宣传工作计划，并根据计划督促各部门开展宣传工作。每月月底完成各部门次月具体宣传工作计划统计及汇总。重要会议与活动的宣传报导工作，日常工作类信息的收集、筛选、加工、发布、存档。本部门主责宣传工作推动，宣传材料的准备、存档。指导、协助各部门开展各类宣传工作，并组织各类宣传工作培训。对各部门宣传通讯员的管理及相关稿费的统计与发放。政府、新闻媒体的沟通与协调。对接上级单位的宣传工作。负责宣传工作管理相关办法的拟定、修改、解释等。媒体组负责宣传工作的基础资源管理和设计资源管理。宣传执行部门则负责各自主责的宣传工作的组织、策划与执行，并更新宣传内容。同时，协助各部门开展相关宣传工作。

内部通讯、内部展板、内部电视台、内部网站等。

2) 内部会议、内部培训、内部讲座、内部活动等。

8.2.2外部宣传

1) 广告、新闻稿、新闻发布会、专题报道、采访报道等。

2) 展览、展示、路演、讲座、培训等。

3) 社交媒体、微博、微信、博客、论坛等。

4) 其他宣传形式，如宣传片、海报、彩页、明信片等。

效果等因素综合考虑，确保宣传效果最大化。

文档编号：第 6 页共 18 页 发布日期：公司宣传管理工作管理办法

5.负责宣传素材的收集、筛选、加工、传递、反馈、存档等。

6.各部门应至少安排一名人员作为公司宣传通讯员，负责与宣传管理部门工作对接及组织、策划、执行部门内宣传。通讯员具体职责详见《通讯员工作机制》。

7.4.1 主责部门的职责：

主责部门详见附件《宣传类别及工作流程表》。

负责宣传工作的组织、策划与执行。

负责宣传素材的搜集、整理、制作、发布、存档并提交媒体资源库。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/005004321334011120>