i.Center推广与媒体运作流程

一个品牌：清华i.Center

两条主线：官方信息推送 + 学生视角评论

三种渠道：校园（中心网页、学校info主页、微信） + 社会媒体 + 事件营销

四层信息：事前预热宣传 + 现场整体品牌形象 + 时效新闻发布 + 深度话题评论

1. 工作目标及定位
   1. 针对2015年i.Center新大楼落成，进行全方位形象建设
   2. 打造i.Center品牌，促进院系和学生对中心定位的了解
   3. 中心形象设计关键词：
      1. 创造/Making
      2. 跨学科/Multi-discipline
      3. 工业/Industry
      4. 国际化/Global
2. 运作团队
   1. 学生通讯员岗位（10-20人）——兼职

负责联系并报道各个团队，并汇总报道学生关心的问题

* 1. 执行总编岗位（3人）——至少1名专职执行总编

负责定期汇总、整理、审核信息，并策划中长期宣传主题及渠道策略

* 1. 媒体联络员岗位（1人）——专职

负责与学校及社会媒体联系，进行公关管理

* 1. 其他职能岗位（3-5人）——专兼职

包括编审、IT支持等

1. 流程

活动相关媒体运作流程

* + - 1. 活动前2周
         1. 活动信息收集（活动主管上报办公室主任）
         2. 活动宣传工作布置会（办公室主任召集，并做分工）
         3. 现场品牌形象材料准备

现场背景板

现场欢迎词

嘉宾名单确认

媒体新闻稿

活动手册（可选）

* + - * 1. 事前宣传预热

活动海报

微信海报

教务公告

* + - 1. 活动临近期
         1. 嘉宾台签
         2. 活动现场设备调试
         3. 现场品牌形象材料检查
         4. 现场摄影摄像准备工作
         5. 媒体团队准备会，确定并通报宣传报道重点及关键采访对象
      2. 活动现场
         1. 现场摄影摄像
         2. 现场速记
         3. 嘉宾签名册（可选）
         4. 评论员采访重点参与者
      3. 活动刚结束
         1. 新闻稿编写审核
         2. 照片、视频等素材挑选与整理
         3. 新闻稿多渠道发布
         4. 评论员深度调研、回访
      4. 活动后
         1. 深度报道主题文章发布，形成持续讨论的热度
         2. 社会媒体相关报道汇总存档（平面媒体、电视、网络等渠道）

产品项目或学生团队跟踪报道流程（为特别注明的任务由评论员完成）

1. 报道对象选拔（执行总编）
2. 背景与项目进展调研
3. 相关采访
4. 文章撰写
5. 与报道对象确认文章内容
6. 报道发布（返回2）