

公共关系原理与实务

一、课程性质与教学目的、要求

《公共关系原理与实务》是应用性较强的学科，是市场营销、文秘、物业管理、连锁经营与管理等专业的专业基础课。

作为专业基础课程，目的旨在实现学生能力迁移，以配合管理学、国际贸易、市场营销、商务英语、秘书实务等学科的专业教学，培养高素质的商务、办公、接待、管理人才。本课程的任务是使学生具备从事沟通协调、信息传播、调查评估、开展专题活动，进行危机处理等公共关系工作所必需的基本理论和基本操作技能，帮助学生提高形象管理能力、公共关系策划能力、礼仪修养、人际交往能力和沟通能力，培养锻炼提高学生工作的能动性、协调性、团队精神和亲和力，为后续的学习准备必要的知识，为今后从事实际工作打下基础。

二、教学内容和课时分配

教 学 内 容	课 时 分 配		
	课堂教学	实训	合计
第一章 公共关系概述	4	2	6
第二章 公关工作程序	8	4	12
第三章 公关实务活动	12	6	18
第四章 公关礼仪	10	6	16
合 计	34	18	52

教学目的与要求：通过对本章节的学习，能够正确描述公共关系的涵义和构成要素；准确理解公共关系的原则及其职能，同时掌握公共关系的学习方法和意义。

考核要点：公共关系的涵义和构成要素；公共关系的学习方法

教学内容：

第一章 公关概述

第一节 公共关系的基本理论

一、公共关系的涵义

公共关系是社会组织为塑造组织形象，运用传播手段，与公众进行双向交流沟通，以达到相互了解、信任和支持合作的管理活动。

二、公共关系的基本原则

- 1、实事求是的原则
- 2、注重互惠的原则
- 3、全员公关的原则
- 4、科学指导的原则

三、公共关系的基本职能

- 1、采集信息，监测环境
- 2、咨询建议，参与决策
- 3、传播推广，塑造形象
- 4、协调沟通，平衡利益
- 5、科学预警，危机管理

四、公共关系的学习方法和意义

1、公共关系的学习方法

- (1) 系统分析法
- (2) 社会调查法
- (3) 案例分析法
- (4) 比较鉴别法

2、学习公共关系意义

- (1) 学习公共关系学，有利于发展社会主义市场经济。

(2) 学习公共关系学，有利于推进社会政治民主化进程，有利于健全社会主义民主和法制。

(3) 学习公共关系学，有利于对外开放，开拓国际市场。

第二节 公共关系的构成要素

公共关系的结构，它是由三个要素构成的，即社会组织、传播和社会公众。

一、社会组织

1、社会组织的含义：作为公共关系活动主体的社会组织是指建立在共同目标基础上，按照特定结构及运行方式有计划、有组织地建立起来的，履行一定的社会职能，具有相对独立性的一种共同活动群体。

2、社会组织的特征

(1) 系统整体性

(2) 目的性

(3) 环境适应性

(4) 稳定性

3、社会组织的分类

(1) 根据社会职能，社会组织可以分为政治组织、经济组织和文化组织。

(2) 按照社会组织的性质、功能和获利情况来划分，可分为营利性组织和非营利性组织。

(3) 按照社会属性来划分，组织可分为营利性组织、服务性组织、互利性组织和公益性组织。

4、公共关系组织机构

(1) 组织内部公共关系部

①公共关系部的职能

a、采集信息，监测环境

b、趋势预测，决策参谋

c、沟通协调，宣传外交

②公共关系部的类型：

a、总经理直接负责型

b、部门并列型

c、部门隶属型

③公共关系部的工作范围

- a、对内关系调解
- b、对外关系协调
- c、专业技术

④公共关系部的设置原则

- a、必要性原则
- b、精简原则
- c、专业性原则
- d、服务性原则
- e、针对性原则
- f、有效性原则

(2) 专门性的公共关系公司

①公共关系公司的职能

- a、提供信息，进行咨询
- b、利用媒介，传播信息
- c、方案策划，组织实施
- d、培训人员
- e、其他的公共关系事务

②公共关系公司的类型：

按业务类型划分

- a、综合服务型公共关系公司
- b、专项服务型公共关系公司
- c、公共关系顾问公司

按经营方式划分

- a、公共关系与广告合营的公司
- b、单独经营的公共关系公司

③公共关系公司的工作原则

- a、遵纪守法
- b、保守秘密
- c、一切为客户着想

d、不能为相互竞争的委托组织同时服务

④公共关系公司的收费方式

- a、综合收费
- b、按项目收费
- c、按项目需要分次收费
- d、项目成果分成

(3) 公共关系社团

①公共关系社团的特征

- a、人员组成的广泛性
- b、组织结构的松散性
- c、工作内容的服务性
- d、非营利性

②公共关系社团的类型

- a、综合性社会团体
- b、学术型社会团体
- c、行业型社会团体
- d、联谊型社会团体
- e、媒介型社会团体

③公共关系社团的工作内容

- a、研究公共关系理论，编辑出版书刊。
- b、制定行业规范。
- c、培养人才，提供服务。
- d、普及知识，推动发展。
- e、投身社会，构建和谐。

5、公共关系从业人员

(1) 从业人员的基本素质

①公共关系意识

- a、塑造形象的意识
- b、尊重公众的意识
- c、真诚互惠的意识

d、沟通交流的意识

e、创新审美的意识

f、立足长远的意识

②公共关系从业人员的心理素质

a、自信的心理

b、热情的心理

c、开放的心理

(2) 从业人员的基本技能

①公共关系从业人员的知识结构

a、公共关系专业知识

b、背景学科知识

c、操作性学科知识

②公共关系从业人员的能力结构

a、较强的书面、口头和形体表达能力

b、良好的组织协调能力

c、健全的公共关系思维和策划能力

d、敏锐的观察和信息捕捉能力

e、自制、自控和随机应变能力

f、善与他人交往的能力

g、持续学习的能力

h、审美能力

二、社会公众

所谓公共关系的公众,是指因面临某个共同问题而形成并与社会组织的运行发生一定联系的社会群体。

1、公众的特征

(1) 相关性

(2) 整体性

(3) 同质性

(4) 多样性

(5) 变动性

2、公众的类型

(1) 按与组织的隶属关系，公众分为内部公众与外部公众

(2) 根据公众发展过程不同阶段的特点，公众可划分为非公众、潜在公众、知晓公众、行为公众

(3) 根据公众对组织的态度划分，公众有顺意公众、逆意公众、独立

(4) 按公众对组织的重要性划分，公众有首要公众、次要公众和边缘公众

3、公众心理概述

(1) 公众行为的心理因素分析

①知觉

知觉的选择性

a、选择性注意

b、选择性扭曲

c、选择性保留

知觉的偏见性

a、首因效应

b、晕轮效应

c、刻板效应

d、近因效应

②价值观

③态度

④需要

(2) 个性

①性格与气质

②兴趣、能力

(3) 几种典型的公众心理现象

①从众心理

②逆反心理

③流行心理

三、公共关系传播

1、传播的概念

所谓传播,就是人与人之间信息的传递与分享。这一概念包括以下三层意思:

- (1) 信息传递
- (2) 双向交流
- (3) 信息共享

2、公共关系传播的目的

- (1) 提供组织的信息
- (2) 改变公众的态度
- (3) 达到组织所期望的公众行为

3、传播的类型

- (1) 从传播主体看,有个体自身传播、个体公众传播与组织传播
- (2) 从使用的不同媒介看,有人际传播、大众传播、实物传播、行为传播

等

- (3) 从传播的效果看,有正值传播、负值传播、零值传播

4、公共关系的传播媒介

- (1) 语言媒介
- (2) 实物媒介
- (3) 非语言媒介
 - a、面部表情
 - b、身势语言
 - c、空间语言
 - d、衣着语言

(4) 大众传播媒介

①印刷类大众传播媒介

- a、报纸媒介
- b、杂志媒介
- c、企业使命说明书

②电子传播媒介

- a、网络传播

b、广播

c、电影电视

d、音像出版物

③图像标志媒介

a、路牌、招贴

b、宣传栏

c、黑板报及壁报

掌握公关的调查方法、策划程序、影响实施的因素、评估的方法和原则。

考核要点：公关调查、公关策划、公关实施

教学内容：

第二章 公共关系工作程序

“四步工作法”说明公共关系运作的程序。它包括四个基本步骤，即：(1)公共关系调查研究；(2)公共关系策划；(3)公共关系实施；(4)公共关系效果评估。

第一节 公共关系调查

一、公共关系调查定位

公共关系调查研究的意义有以下两点。

- 1、公共关系调查研究是组织卓有成效地开展公关活动的前提和基础。
- 2、公共关系调查研究具有沟通信息的作用

二、公共关系调查的程序

(一) 确定调查课题

2、确定调查课题的程序

确定调查课题一般分两个阶段进行。

第一阶段，明确调查目的，提出调查课题设想。

第二阶段，分析论证，筛选调查课题。

(二)、制定调查计划

从程序上看，制定调查计划要注意以下两个问题：

- 1、调查计划要做可行性论证。
- 2、调查计划既要全面又要简单明了。

(三)、收集调查资料

调查资料一般分为两类：一类是原始资料，也称第一手资料，这是调查人员通过各种调查方法进行实地调查所取得的资料；另一类是现成资料，也称第二手资料，这是由他人收集的现有的资料。

由于民意测验的大量使用，，问卷资料的搜集就是资料搜集的主要的工作。

受试者自行答卷，顾名思义，就是由被试者自己动笔答卷。

访谈，就是由经过专门训练的调查人员走访受试者，由调查人员根据问卷向受试者口头提问，再记下答案。

（四）、整理分析资料

资料的整理分析，主要包括以下工作：

- 1、检查核实
- 2、分类汇编
- 3、分析论证

（五）、撰写调查报告

一般来说，一篇调查报告是对调查过程的回顾和调查成果的总结，它包括以下内容：

- ① 调查题目，调查委托人，调查主持人，调查日期；
- ② 调查的原因和目的；
- ③ 调查的总体对象；
- ④ 调查所采用的基本方法；
- ⑤ 调查的结果及有关数据、各种答案的比例；
- ⑥ 问卷回收率及抽样误差；
- ⑦ 分析结果；
- ⑧ 调查者提出的建议；
- ⑨ 附件，包括问卷样本、统计数据、背景资料等。

三、公共关系调查研究的内容

（一）、组织情况调查

组织情况调查包括下列内容：

- 1、组织自然情况。
- 2、组织社会情况。
- 3、组织历史情况。
- 4、组织现实情况。
- 5、组织未来情况。

（二）、公众意见调查

2、公众动机

3、活动效果

4、传播效果

5、内部公众意见

(1)对组织及组织工作的评价

(2)人际关系评价

(3)领导行为评价

(4)公众需要

(三)、社会环境调查

1、政策环境

2、社会问题

3、其他组织公共关系情况

(四)、组织形象调查的内容

1、组织成员形象调查

(1)组织领导者形象调查

(2)公关人员形象调查

(3)典型人员形象调查

2、组织管理形象的调查

3、组织实力形象调查

(1)对组织物质基础的调查

(2)对组织成员的工资待遇和劳保福利的调查

(3)对组织拥有的技术力量的调查

4、组织产品形象调查

四、公共关系调查的方法与方式

(一)、公共关系调查的方法

1、公关调查方法的分类

常见的公关调查主要有如下两种分类法：

(1)根据调查对象包括的范围不同进行分类，可以分为：

①全面调查，即普查。

非全面调查，包括：重点调查、典型调查和抽样调查。

(2) 根据取得调查资料的具体方式分类，公共关系调查法包括：

① “第一手资料的取得”，包括有观察法、访谈法、信函调查法。

② “第二手资料的取得”，主要是指文献资料调查法。

当然，公关调查还可以作其他划分，以上两种分法是常见的、最基本的。

2、下面对以上两种方法进行重点介绍

(1) 普查

(2) 重点调查

(3) 典型调查

(4) 抽样调查

(二) 公共关系调查的方式

1、观察法

2、访谈法

3、信函调查

4、文献研究

第二节 公共关系策划

一、公共关系策划的概念

所谓公共关系策划，就是公共关系人员通过对公众进行系统分析，利用已掌握的信息和手段，对公共关系活动的整体战略和策略，进行运筹规划，超前设计，使公共关系活动按最佳方案操作。

二、公共关系策划的特征

公共关系策划的特征主要有5个方面。

(一)、目的性

(二)、整体性

(三) 创新性

(三)、可行性

(五)、灵活性

三、公共关系策划的原则

(一)、公共关系目标与国家法律、现行政策相统一的原则

、组织利益和公众利益相统一的原则

(三)、计划性与灵活性相统一的原则

四、公共关系策划的程序

公共关系策划一般分为准备阶段和策划阶段。

(一)、准备阶段

在着手进行公共关系策划之前，应首先做好以下两项工作。

1、组织形象现状及原因的材料分析

2、确定目标要求

(1)、确定目标的重要性

(2)、公共关系目标分类

(3)、确定目标需注意的问题

公共关系策划所依据的目标要明确、具体并应具有可行性和可控性。

(二)、策划阶段

在调查研究、确立目标的基础上，策划可按以下程序进行。

1、设计主题

2、分析公众

3、媒介的选择

4、经费预算

公共关系经费预算的方法很多，常见的有：

(1) 固定比率法

(2) 投资报酬法

(3) 量入为出法

(4) 目标先导法

5、审定方案

审定方案可分为优化方案、论证方案和送审方案与文书工作3个阶段。

(1) 优化方案

(2) 论证方案

(3) 方案的最后审定和文字处理工作

五、公共关系模式的选择

(一)、战略型公共关系活动模式

长远的、整体的目标以及实

现目标的一系列公共关系活动构成，主要有以下 种。

- 1、建设型公共关系活动模式
- 2、维系型公共关系活动模式
- 3、进攻型公共关系活动模式
- 4、防御型公共关系活动模式
- 5、矫正型公共关系活动模式

（二）、战术型公共关系活动模式

战术型公共关系活动模式是由组织经常的、具体的一系列公共关系活动构成，主要有以下一些。

- 1、宣传型公共关系活动
- 2、交际型公共关系活动模式
- 3、服务型公共关系活动模式
- 4、社会型公共关系活动模式
- 5、征询型公共关系活动模式

第三节 公共关系计划的实施和评估

一、公共关系计划实施的意义和特征

（一）公共关系计划实施的意义

- 1、公共关系计划的实施是解决问题的关键环节
- 2、公共关系计划的实施决定了计划实现的程度和范围公共关系计划的实施
- 3、前次公共关系计划实施结果是后续方案制定的依据

（二）公共关系计划实施过程的特点

公共关系计划的实施过程是一个完整统一的过程。它具有以下几个特点。

- 1、实施过程具有动态性
- 2、实施过程中的创造性
- 3、影响的广泛性

（三）、影响公共关系计划实施的障碍

- 1、语言障碍
- 2、风俗习惯障碍
- 3、观念障碍

4、心理障碍

二、公共关系计划实施的原则

(一)目标控制的原则

(二)全面协调的原则

(三)信息反馈调整原则

(四)正确选择时机的原则

三、公共关系实施过程中的要求和传播过程

(一)公共关系实施过程中的要求

(二)实施传播过程

第四节 公共关系评估

所谓公共关系评估，就是根据特定的标准，对公共关系计划、实施及效果进行对照、检查、评价和估计，以判断其优劣。公共关系评估是公共关系活动中的最后一个环节，对公关活动进行认真的评估，可使组织明确公共关系活动的现状、差距和进一步努力的方向。

一、公共关系评估的作用

公共关系评估工作贯穿于公共关系实践的3个阶段——准备阶段、实施阶段及影响效果的分析阶段，评估工作在其中发挥着不可低估的作用：

1、公共关系评估是改善公共关系工作的重要手段

2、公共关系评估为开展后续公共关系工作创造了必要条件

3、公共关系评估有利于增强组织内部员工的凝聚力

二、公共关系评估的程序

(一)、设立统一的评估目标

(二)编制评估计划

(三)统一评估意见

(四)细化项目目标

(五)选择适当的评估标准

(六)确定搜集证据最佳途径

(七)保持完整的计划实施记录

(八)评估结果的使用

(九)报告评估结果

(十) 提高理性认识

三、公共关系评估的标准

(一) 实施前准备阶段的评估标准

- 1、背景材料准备的是否充分、内容是否全面。
- 2、信息内容是否正确充实。

(二) 实施过程中的评估标准

- 1、检查组织所收送的信息数量与被媒介所采用的信息数量。
- 2、检查收到信息的目标公众数量及受到影响的一般公众数量。

(三) 实施效果的评估标准

- 1、检查“知晓信息内容”的公众数量。
- 2、改变态度行为的公众数量。
- 3、目标的实现程度和问题解决的范围。
- 4、公共关系活动是否以较小的投入获得较好的效果。

四、公共关系活动的评估方法

(一) 公众意见法

(二) 专家意见法

(三) 民意测验法

(四) 公众意见征询法

(五) 实验法

(六) 自我评判法

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/068050027125007004>