

21世纪高职高专
市场营销实训教程

谢红霞 编著

公关实训

 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press

Gongguan Shixun

21世纪高职高专 市场营销实训教程

谢红霞 编著

公关实训

FE 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press
大连

Gongguan Shixun

© 谢红霞 2008

图书在版编目 (CIP) 数据

公关实训 / 谢红霞编著. —大连: 东北财经大学出版社, 2008. 8
(21 世纪高职高专市场营销实训教程)
ISBN 978 - 7 - 81122 - 429 - 0

I. 公… II. 谢… III. 公共关系学 - 高等学校: 技术学校 -
教材 IV. C912.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 123374 号

东北财经大学出版社出版
(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

总编室: (0411) 84710523

营销部: (0411) 84710711

网址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: dufep@dufe.edu.cn

大连理工印刷有限公司印刷

东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 186mm × 230mm

字数: 317 千字

印张: 14 3/4

2008 年 8 月第 1 版

2008 年 8 月第 1 次印刷

责任编辑: 张旭凤 王 斌

责任校对: 孙 萍

封面设计: 冀贵收

版式设计: 钟福建

ISBN 978 - 7 - 81122 - 429 - 0

定价: 24.00 元

“21 世纪高职高专市场营销实训教程” 编委会

☆ 编委会主任

卢昌崇

☆ 编委会副主任

赵 宁 窦志铭

☆ 编委会成员（以拼音为序）

操 阳	居长志	李海琼	李文国	李小红	李玉清
邵安兆	余伯明	孙虹乔	孙玮琳	田梦飞	王 方
王 妙	吴 玮	谢红霞	徐汉文	徐盈群	阎文谦
杨群祥	邹笑言				

编写说明

职业教育从它开始大力发展的那一天起，就无时无刻地不与改革联系在一起。无论是教学改革，还是人才培养模式的改革，一次比一次彻底，需要解决的问题一次比一次关键而重大，而高等职业教育的改革更是首当其冲。

就目前正在探索的技能型创新人才培养模式的改革来说，一个有效的高等职业教育人才培养模式应该包括两个方面：其一是有利于技能型创新人才培养的办学模式，其二是有利于技能型创新人才培养的教学模式。办学模式的完善，需要政府、学校和企业三方联动，而教学模式的完善，离不开教材的建设与创新。教材是教师表达教育理念、传播专业知识、指导实践活动的主要窗口，是学生了解和掌握专业知识及技能与能力的最重要的平台。

教育部高等教育司高职与高专教育处处长范唯博士曾经强调，高职首先要强调职业化，这是第一位的。职业化是高职真正的生命力所在，没有“职”就没有高职，所以首先是“职”的特色落实和职责所在。高职是要有设计、有目标、有理性地去实现职业化，而不仅仅是经验的重复，这正是高职的“高”。高职教育的职业化主要通过实践教学环节来确立和提升。教育部在2006年11月16日发布了《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》，其中明确提出“校企合作，加强实训、实习基地建设”和“大力推行工学结合，突出实践能力培养，改革人才培养模式”，九项行动指南中有两项就是和实训相关的。在此之前，教育部也多次在不同的文件中提到“加大实训的力度，增加实训环节占整体教学的比例”。因此，高等职业教育的实训教学的开展是紧迫的。

市场营销专业开设历史较长，专业性强，涉及面广，与企业的关联较大，其所培养的人才跨行业的、复合性的应用型人才，适合采用灵活多样的教学方法与手段。对市场营销专业人才培养教学模式的探索，成为开设市场营销专业的高职院校教学改革的重要内容。而锻炼和提升学生的实际操作能力和综合职业能力，实践性教学是关键，更是其他环节所无法替代的，因此强化实训成为该专业教学改革的重中之重。

作为高等职业教育教材领域的内容创新者和服务提供者，东北财经大学出版社在已有成果的基础上，继续加大教材的开发力度，探索全新的编写模式，勇于接受挑战，组织并编写了本套“21世纪高职高专市场营销实训教程”。我们力求本系列教材能够较深刻地理解和把握高等职业教育内涵特征、贴近实际工作、满足教学需求、助推市场营销专业课程体系的改革和教学方式的转变，从而为市场营销专业建设和教学改革的全面展开贡献一己之力。正是基于这样一种前提，本系列教材在保留了科学性、先进性等基本特征的基础上，还具有以下三大特色：品种齐全，内容丰富；体例创新，训练到位；贴近实际，普遍适用。

1. 品种齐全，内容丰富

市场营销专业在逐步的积累和完善过程中，无论是在该专业对应的职业岗位对技能和能力的要求方面，还是在实训与现有课程的有机结合方面，都已经形成了比较统一的认识。因此，本系列教材包含了市场调查与分析实训、推销实训、营销策划实训、公关实训、连锁经营实训、分销渠道设计与管理实训、网络营销实训、商务谈判实训、商务礼仪实训、市场营销综合实训等品种，门类齐全，内容翔实。

2. 体例创新，训练到位

为了方便实训指导教师开展实训教学，我们将每本教材的内容分为两部分，即实训概述部分和实训任务指南部分。实训概述部分主要对实训的意义、目的、任务、考核以及课时安排和教学方法等一一作以介绍和说明，方便实训指导老师使用；实训任务指南部分则以模块为框架，逐项列明每个模块下具体包含的实训任务。每本教材的模块都是本着锻炼和提高与该课程对应的职业岗位要求的技能和能力而设置，打破传统的以理论为线索的章节模式，在每个模块下设置具体的实训任务，一个模块由多项实训任务来支撑，而每一项实训任务以仿真或模拟的工作环境为背景，以明确的工作任务为导向，引导和帮助学生演练工作内容，从而锻炼和提高其实践操作能力和综合职业能力。当然，工作内容的背后有理论知识作支撑。实训任务中具体包括实训目的和要求、场景设计、相关知识、训练步骤（含注意事项）、效果评价、知识拓展等栏目。

3. 贴近实际，普遍适用

2 高职教育是在教育大众化背景下应运而生的新型教育形式，教育成分复杂，办学体制多元，具有多样性。每所院校的实际情况各不相同，表现在教育资源多寡、历史渊源有别、发展机会不等或者办学环境不同等方面，总之，在同一种人才培养目标下的具体操作存在一定的差异。我们在组织编写本系列教材的时候也考虑到了这些差异，抓住相关职业技能和能力的共性要求和内涵特征，尽量做到求大同存小异，使其具有普遍适用性。在实际的使用过程中，各院校也可按照自身的教学特点和课时安排灵活取舍。

值得欣慰的是，当前，全社会对高等职业教育的认识正日益提高，基本上形成了全社会关心、重视和支持高等职业教育发展的良好氛围。本系列教材的编写也是希望在推动各院校的市场营销专业建设与改革方面发挥一定的作用，尤其希望对市场营销专业的实训方面起到一定的促进作用，得到广大师生的认可和欢迎。

前言

公共关系是社会组织为了塑造良好的形象,通过传播、沟通等手段影响和说服公众的科学与艺术。现代社会,任何组织要想求生存、求发展,必须重视学习和运用公共关系的知识与技巧,积极开展公共关系活动。公共关系是现代社会组织参与竞争的重要手段。

公共关系也是指导人们日常行为、调整人际关系、增强自身社会适应性的一种有效工具。对于每一个人来说,无论从事什么工作,都要学会与组织、与他人相处,都要广交朋友、化解矛盾、处理危机。因此,对公共关系的学习将为学生今后成功地走向社会、适应社会、参与社会竞争创造良好的条件。

公共关系是一门实践性非常强的应用性学科,因此在公共关系教学中,不仅需要学生加强理论方面的学习与研究,更重要的是需要学生加强动手能力的训练,才可以切实提高学生适应社会的能力。基于这种考虑,我们编写了这本《公关实训》。本书具有以下特色:

第一,体例新颖。本书打破了常见的学科体系框架,采用模块式结构,分为公关礼仪、公关文书的写作、沟通协调、信息传播、公关调查、公关策划、公关专题活动和危机公关八个模块,并且依据公关工作的内容确定技能要求和需要掌握的相关知识,体现了以公关职业为核心、以技能要求为导向的思想,具有较强的可操作性。

第二,实战性强。本书基本上是公关工作的情景再现,学生在学习时就如同置身于公关事件的现场,有身临其境之感。通过系统的训练,迅速缩短了与实际的距离,增强了学生分析问题和解决实际问题的能力。同时,本书把理论知识与实践教学、课内实训与课外实训、在校学习与社会实践有机地结合起来,为学生走向社会打下了良好的基础。

第三,内容丰富。本书各实训任务都安排有实训目的和要求、场景设计、相关知识、训练步骤、学生天地、效果评价等内容,这样便于老师教、学生学。场景设计是工作场景的再现,有一定的仿真性;相关知识以“必须、够用”为原则,为具体的训练提供理论上的指导;训练步骤是实训的具体落实,具有极强的可操作性,可以保证实训的有效开展;学生天地是学生对实训的记录,有的是过程记录,有的是心得与体会,有助于巩固实训成果;效果评价是对实训效果的有效反馈。

第四,融素质教育于一体。公共关系既是一门市场营销专业的专业基础课,又是一门素质教育课,本书在编写过程中考虑到了这一点,因此在内容的安排上,注重把专业的学习与素质训练融为一体来进行;在实训过程中,注意培养学生的合作意识和团队精神,使学生通过学习能够一举数得。

第五,考核形式灵活多样。本课程实训教学的考核分过程性评价、实训技能测试、实训报告与小结评价三部分进行:过程性评价占总评的20%,放在平时的实训教学过程中

进行,主要是对实训中每个学生的实训态度、与同学之间的合作表现、实训效果等来评定;实训技能测试占总成绩的50%,主要是综合考察学生运用公关技巧解决实际问题的能力;实训报告与小结评价占总评的30%,主要是考察实训报告的水平和质量。

本书的设计由浅入深、循序渐进,不仅凸显了公关工作的内容体系,而且突出了以培养学生实际应用能力为主线的高职高专教育的特色,既可以作为实训教材独立使用,也可以和公共关系理论教材配套使用,适于高职高专院校市场营销专业及相关专业选用。

本书由谢红霞教授编著。本书在编写过程中参阅了大量相关文献,得到了东北财经大学出版社、山西省财政税务高等专科学校的有关领导、专家和老师的的大力支持,在此一并致谢。

要想写出一部优秀的教材并非易事,它要求编著者不仅要掌握本学科的精华,同时还必须准确地把握教学规律。虽然我们有良好的愿望,也十分尽心尽力,但由于水平有限,教材中肯定存在许多不足之处,恳请同行和广大读者提出宝贵意见,以便在以后的工作中努力改进。

编著者
2008 月 3 月

目 录

第 1 部分
公关实训概述

- 一、公关实训的意义
- 二、公关实训的目的
- 三、训练目标与训练内容
- 四、实训课时安排表
- 五、实训成绩考核办法
- 六、实训方法简介

2
2
3
4
5
6

第 2 部分
公关实训任务指南

- 模块一 公关礼仪
 - 实训任务 1 形象礼仪
 - 实训任务 2 日常礼节礼貌
 - 实训任务 3 公关接待礼仪
- 模块二 公关文书的写作
 - 实训任务 1 通知的写作
 - 实训任务 2 介绍信和邀请信的写作
 - 实训任务 3 报告的写作
 - 实训任务 4 欢迎词、欢送词、答谢词的写作
 - 实训任务 5 海报和公关简报的写作
- 模块三 沟通协调
 - 实训任务 1 演讲和演讲稿的写作
 - 实训任务 2 公关谈判的组织与安排
 - 实训任务 3 公众投诉的处理
 - 实训任务 4 公众关系的沟通与协调
- 模块四 信息传播
 - 实训任务 1 新闻稿的写作
 - 实训任务 2 新闻发布计划的制订
 - 实训任务 3 新闻发布会的组织
 - 实训任务 4 编制内部宣传资料和对外宣传册
- 模块五 公关调查
 - 实训任务 1 调查活动的组织与实施
 - 实训任务 2 访谈调查方式的设计与实施
 - 实训任务 3 调查问卷的设计
 - 实训任务 4 调查报告的编写

8
8
20
30
38
38
43
48
54
59
64
64
72
78
84
93
93
100
105
114
121
121
127
133
138

第2部分
公关实训任务指南

模块六	公关策划	141
实训任务1	大型公关活动的策划与实施	141
实训任务2	策划会的组织	151
实训任务3	策划书的撰写	156
模块七	公关专题活动	160
实训任务1	展览会的组织	160
实训任务2	会议的组织	167
实训任务3	赞助活动的策划与实施	172
实训任务4	庆典活动的组织与实施	176
模块八	危机公关	181
实训任务1	危机管理计划的制订	181
实训任务2	危机对策与技巧	187
实训任务3	危机处理中的新闻发布	193
实训任务4	危机管理方案的制订与演习	199

第3部分
公关能力综合测试

一、公关能力测试	208
二、沟通能力测试	209
三、人际交往能力测试	211
四、危机管理能力测试	212
五、意志力测试	213
六、合作能力测试	215
七、开拓能力测试	216
八、倾听能力测试	218
九、创造能力测试	219
十、交流能力测试	220

主要参考文献

第1部分

一、公关实训的意义

现代社会是一个开放的社会，无论你从事什么样的职业，都需要具备一定的公关能力。公关能力表现为一个人在社交场合的介入能力、适应能力、控制能力以及协调能力等等。良好的公关能力是现代社会生活中人的重要素质之一。

公关实训的意义就在于它能够通过各种公关技能的训练，培养学生的公关能力，提高学生的社会适应性。公关能力主要包括以下方面：

1. 组织管理能力

公共关系人员要经常组织各种类型的公共关系活动，因此，必须具备较强的组织管理能力，它主要表现在落实和实施公共关系计划、方案过程中所需的组织与指挥控制能力，也就是执行方案的落实能力。

2. 收集、处理信息的能力

信息传播是公关的主要内容，要提供符合受众需求的信息并为社会组织进行科学决策提供依据，公关人员必须具备收集、处理信息的能力。

3. 社交、宣传能力

为了广结善缘，争取公众的理解和支持，公关人员须具备进行交往、联络公众的社交能力，以及必要的宣传表达能力。

4. 应变、创新能力

应变能力能够使公关人员面临公关危机时保持清醒的头脑；只有不断创新，运用新颖的方法和方式，才能不断满足公众求新、求变的心理需求。

5. 论辩、谈判能力

当公众对组织产生误解并发生争端时，为了消除误会、平息争端，继续得到公众的合作与支持，公关人员要以诚实热情、和蔼可亲的态度来对待，并应具备良好的口才以及相当的谈判能力。

二、公关实训的目的

公共关系是一门实践性非常强的应用型学科，因此在课程教学中要突出实训。公关实训的主要目的就是促进学生对本课程基础理论的理解，强化学生的实际动手能力和创新能力，强化能力与素质的培养，有效地指导学生把理论知识运用于实践，提高学生的整体素质，使学生成为“四能、四会”型优秀人才。

四能：能说（能沟通、能表达、能交流）、能干（能动手、能操作、能执行）、能想（能思考问题、能分析问题、能解决问题）、能学（能学习、能创新）。

四会：会推销（会推销自己、会推销组织）、会调研（会拟定调研提纲、会开展工作、会写调查报告）、会策划（会策划公关活动、会写策划书）、会管理（会协调关系、会管理团队）。

三、训练目标与训练内容

（一）训练目标

1. 思想目标

忠于所服务的组织，忠于公众；遵纪守法，严守行业准则；具有较高的政策水平，立场公正；待人真诚，诚实守信。

2. 知识目标

- （1）掌握公关实训必备的基本理论知识。
- （2）掌握公共关系实训技能的操作程序。
- （3）掌握公共关系基本礼仪及沟通技巧。
- （4）掌握协调内外公共关系的主要内容、方法与途径。

3. 技能目标

- （1）能迅速、准确地获取和反馈公共关系方面的信息，为组织提供决策咨询。
- （2）能科学地确立公关目标，制订公关计划。
- （3）有效地策动传播，实施公关计划。
- （4）掌握公关交际中的礼仪与礼节。
- （5）熟练运用公关操作技能，能创造性地策划各种专题活动。
- （6）能灵活运用各类公关活动模式。
- （7）掌握公关文书写作技能，从而有效地实施公关宣传。

（二）训练内容

1. 公关礼仪。
2. 公关文书的写作。
3. 沟通协调。
4. 信息传播。
5. 公关调查。
6. 公关策划。
7. 公关专题活动。
8. 危机公关。

四、实训课时安排表

实训内容	实训项目	实训时数	备 注
模块一 公关礼仪	形象礼仪 日常礼节礼貌 公关接待礼仪	8	
模块二 公文文书的写作	通知的写作 介绍信和邀请信的写作 报告的写作 欢迎词、欢送词、答谢词的写作 海报和公关简报的写作	6	
模块三 沟通协调	演讲和演讲稿的写作 公关谈判的组织与安排 公众投诉的处理 公众关系的沟通与协调	8	
模块四 信息传播	新闻稿的写作 新闻发布计划的制定 新闻发布会的组织 编制内部宣传资料和对外宣传册	6	
模块五 公关调查	调查活动的组织与实施 访谈调查方式的设计与实施 调查问卷的设计 调查报告的编写	8	
模块六 公关策划	大型公关活动的策划与实施 策划会的组织 策划书的撰写	4	
模块七 公关专题活动	展览会的组织 会议的组织 赞助活动的策划与实施 庆典活动的组织与实施	6	
模块八 危机公关	危机管理计划的制订 危机对策与技巧 危机处理中的新闻发布 危机管理方案的制订与演习	8	
合 计		54	

五、实训成绩考核办法

（一）成绩分布

1. 实训表现与态度占总成绩的 20%。
2. 实训操作过程和实训内容掌握程度占总成绩的 50%。
3. 实训报告的内容与文字表达占总成绩的 30%。

总成绩 = 实训表现与态度 + 实训操作过程和实训内容掌握程度 + 实训报告的内容与文字表达

（二）级别设置

实训考核分为优、良、中、及格、不及格五个等级。

（三）考核规则

1. 实训表现与态度的考核主要是对学生平常实际中的出勤情况、训练时的态度、实训过程中的合作意识以及对实训教学内容的理解、掌握水平和程度等进行评价。考核与课程同步。

优的考核标准为：

- （1）无迟到；
- （2）无早退；
- （3）无旷课；
- （4）实训预习、听讲认真；
- （5）能认真填写实训登记表；
- （6）实训中不大声喧哗；
- （7）能爱护实验器材；
- （8）能保持环境整洁；
- （9）能完全遵守《实训注意事项》。

不符合“优”等标准任意一项为良；不符合“优”等标准任意二项为中；不符合“优”等标准任意三项为及格；不符合“优”等标准任意四项为不及格；有旷课现象，不能评为“优、良、中”的任一等级，旷课两节及以上，评为不及格。

2. 实训操作过程和实训内容掌握程度的考核主要是综合考察学生运用公关技巧解决实际问题的能力。根据学生在全班实训技能操作测试中的操作能力与水平、在小组情景设计现场模拟表演时出场的次数，每次表演的内容和对应急情况的处理能力等进行评价。

优的考核标准为：

- （1）实训过程全组协调良好；
- （2）操作规范、认真；
- （3）能认真记录操作过程；

(4) 观察详尽仔细;

(5) 成功完成所有实训内容。

不符合“优”等标准任意一项为良;不符合“优”等标准任意二项为中;不符合“优”等标准任意三项为及格;不符合“优”等标准任意四项为不及格;规定时间内实训内容没有完成,评为不及格。

3. 实训报告内容与文字表达的考核主要是考察实训报告的水平和质量。根据学生对实训基本知识的掌握情况,综合运用所学理论解决实际问题的能力,实训学习的感受、意见和建议以及所撰写的实训报告与小结进行评价。

优的考核标准为:

- (1) 按规定时间上交;
- (2) 报告格式规范;
- (3) 字迹清楚;
- (4) 内容详尽、完整;
- (5) 实训分析总结正确;
- (6) 能提出合理化建议或有创新见解;
- (7) 无抄袭现象。

不符合“优”等标准任意一项为良;不符合“优”等标准任意二项为中;不符合“优”等标准任意三项为及格;不符合“优”等标准任意四项为不及格;两份报告雷同部分超过90%,评为不及格。

6

六、实训方法简介

本教材采取的实训方法主要是创设情景,模拟公关角色,解决“实际问题”。

在教学中要注意以下几个方面:

首先,尽可能设置具体周密的模拟情境。有时甚至可利用大家都熟悉的真实场景,让学生能把握并充分利用教师给出的各种条件和因素,真正进入模拟的公关角色。如模拟公关谈判时,可以把同学分成若干小组,由他们自己确定主持人、谈判人员和接待人员,教师只负责引导即可。

其次,每位学生都要有参与的机会,尽可能发挥学生的特长。如小型新闻发布会的模拟,可以选择在公关实训室进行,以学院活动或某一事件作为新闻发布主题。又如公关策划的训练,不必要求每位学生都提交一份公关计划书,而应划定若干组,由每组推举或指定一位负责人,在分工合作的基础上完成实训。

再次,根据教学内容的不同可采用多种形式。例如,在角色模拟中,可灵活运用分析研究、设计方案或提出问题等形式,以培养和锻炼学生的表演、演讲、应变等多种能力。

最后,还应结合公关理论对学生的模拟过程进行分析和评判,进一步加深学生对理论的认识与理解,并促使他们加强课外阅读,补充课外知识。

第2部分