

新世纪 全国高等中医药院校规划教材



公共关系学

供医药卫生管理专业用

主编 关晓光

中国中医药出版社



新世纪全国高等中医药院校规划教材

公共关系学

(供医药卫生管理专业用)

主 编 关晓光 (黑龙江中医药大学)

副主编 王 悦 (浙江中医药大学)

张瑞华 (成都中医药大学)

张玉清 (河南中医学院)

郑 毅 (牡丹江医学院)

张 丹 (北京中医药大学)

中国中医药出版社

· 北 京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

公共关系学/关晓光主编. —北京: 中国中医药出版社, 2010. 7

新世纪全国高等中医药院校规划教材

ISBN 978 - 7 - 5132 - 0014 - 1

I. ①公… II. ①关… III. ①公共关系学 - 中医学院 - 教材
IV. ①C912. 3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 101082 号

中国中医药出版社出版

北京市朝阳区北三环东路 28 号易亨大厦 16 层

邮政编码 100013

传真 010 64405750

北京市燕鑫印刷厂印刷

各地新华书店经销

*

开本 850 × 1168 1/16 印张 18.75 字数 423 千字

2010 年 7 月第 1 版 2010 年 7 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978 - 7 - 5132 - 0014 - 1

*

定价 24.00 元

网址 www.cptcm.com

如有印装质量问题请与本社出版部调换

版权专有 侵权必究

社长热线 010 64405720

读者服务部电话 010 64065415 010 84042153

书店网址 csln.net/qksd/

全国高等中医药教材建设

专家指导委员会

- 名誉主任委员** 李振吉 (世界中医药学会联合会副主席兼秘书长)
邓铁涛 (广州中医药大学 教授)
- 主任委员** 于文明 (国家中医药管理局副局长)
- 副主任委员** 王永炎 (中国中医科学院名誉院长 教授 中国工程院院士)
姜在旻 (国家中医药管理局人事教育司司长)
- 委员** (按姓氏笔画排列)
- 马 骥 (辽宁中医药大学校长 教授)
王 华 (湖北中医药大学校长 教授)
王 健 (安徽中医学院院长 教授)
王乃平 (广西中医学院院长 教授)
王之虹 (长春中医药大学校长 教授)
王北婴 (国家中医药管理局中医师资格认证中心主任)
王绵之 (北京中医药大学 教授)
王新陆 (山东中医药大学校长 教授)
尤昭玲 (湖南中医药大学校长 教授)
石学敏 (天津中医药大学教授 中国工程院院士)
龙致贤 (北京中医药大学 教授)
尼玛次仁 (西藏藏医学院院长 教授)
匡海学 (黑龙江中医药大学校长 教授)
任继学 (长春中医药大学 教授)
刘红宁 (江西中医学院院长 教授)
刘振民 (北京中医药大学 教授)
刘延祯 (甘肃中医学院院长 教授)
齐 昉 (首都医科大学中医药学院院长 教授)
严世芸 (上海中医药大学 教授)
李庆生 (云南中医学院院长 教授)
李连达 (中国中医科学院研究员 中国工程院院士)
李佃贵 (河北医科大学副校长 教授)

《公共关系学》 编委会

主 编 关晓光 (黑龙江中医药大学)

副 主 编 王 悦 (浙江中医药大学)

张瑞华 (成都中医药大学)

张玉清 (河南中医学院)

郑 毅 (牡丹江医学院)

张 丹 (北京中医药大学)

编 委 (以姓氏笔画为序)

马秀琴 (天津中医药大学)

刘 蔚 (湖南中医药大学)

李 倩 (贵阳中医学院)

吴海燕 (黑龙江中医药大学)

沈 枫 (广东药学院)

林艳芝 (广西中医学院)

金 浪 (福建中医药大学)

赵 亭 (南京中医药大学)

胡晓燕 (上海中医药大学)

姜庆丹 (辽宁中医药大学)

黄晓薇 (广州中医药大学)

学术秘书 周乔木 (黑龙江中医药大学)

肖培根 (中国医学科学院研究员 中国工程院院士)
吴咸中 (天津中西医结合医院主任医师 中国工程院院士)
吴勉华 (南京中医药大学校长 教授)
张伯礼 (天津中医药大学校长 教授 中国工程院院士)
陈可冀 (中国中医科学院研究员 中国科学院院士)
陈立典 (福建中医药大学校长 教授)
范永升 (浙江中医药大学校长 教授)
范昕建 (成都中医药大学校长 教授)
周 然 (山西中医学院院长 教授)
周永学 (陕西中医学院院长 教授)
周仲瑛 (南京中医药大学 教授)
郑玉玲 (河南中医学院院长 教授)
胡之璧 (上海中医药大学教授 中国工程院院士)
洪 净 (国家中医药管理局人事教育司副司长)
贺兴东 (世界中医药学会联合会 副秘书长)
耿 直 (新疆医科大学副校长 教授)
徐志伟 (广州中医药大学校长 教授)
高思华 (北京中医药大学校长 教授)
曹洪欣 (中国中医科学院院长 教授)
梁光义 (贵阳中医学院院长 教授)
程莘农 (中国中医科学院研究员 中国工程院院士)
谢建群 (上海中医药大学常务副校长 教授)
路志正 (中国中医科学院 研究员)
颜德馨 (上海铁路医院 主任医师)

秘 书 长

王 健 (安徽中医学院院长 教授)
洪 净 (国家中医药管理局人事教育司副司长)

办 公 室 主 任

王国辰 (中国中医药出版社社长)

办公室副主任

林超岱 (中国中医药出版社副社长)

前言

“新世纪全国高等中医药院校管理专业规划教材”是依据教育部有关普通高等教育教材建设与改革的文件精神，在国家中医药管理局的规划指导下，由全国中医药高等教育学会、全国高等中医药教材建设研究会组织，全国高等中医药院校和部分高等医药院校教师联合参加编写，中国中医药出版社出版的高等中医药院校本科系列行业规划教材。

近年来，全国各高等中医药院校陆续开设了管理专业，旨在培养既具有中医药基础理论知识，又能系统掌握中医药卫生事业管理及中医药企事业经营理论、管理技术和方法的高级人才。自全国各高等中医药院校开展管理专业教学以来，由于所用教材大多为自编教材或综合性院校编写的教材，所以一直没有较统一的教学计划，在教学上也难以体现高等中医药教育的特色。教材的问题已成为高等中医药院校管理专业亟待解决的大问题。基于以上现状，在国家中医药管理局的宏观指导下，全国高等中医药教材建设研究会在进行充分调研的基础上，应各高等中医药院校一线教师以及教学主管部门的呼吁，于2006年启动了全国高等中医药院校管理专业规划教材的建设工作。

按照国家中医药管理局关于行业规划教材建设的精神，本套教材的编写组织工作采用了“政府指导，学会主办，院校联办，出版社协办”的运作机制。全国高等中医药教材建设研究会于2006年3月向全国各高等中医药院校教务处和管理学院（或管理系）下发了《关于全国中医药院校管理专业课程规划教材目录的征求意见函》，根据各院校意见反馈，同时结合各院校管理专业课程设置情况，经专家委员会讨论，最终确定了14门新世纪全国高等中医药院校管理专业规划教材，具体书目为：《医院管理学》《医药企业管理学》《卫生统计学》《卫生管理学》《药事管理学》《卫生信息管理》《医院财务管理》《卫生经济学》《卫生法学》《公共关系学》《医药人力资源管理学》《管理学基础》《管理心理学》《医院管理案例》。

本套教材在组织编写过程中，严格贯彻国家中医药管理局提出的“精品战略”精神，从教材规划到教材编写、专家论证、编辑加工、出版，都有计划、有步骤地实施，层层把关，步步加强，使“精品意识”、“质量意识”贯彻全过程。每种教材均经历了编写会、审稿会、定稿会的反复论证，不断完善，注意体现素质教育和创新能力、实践能力的培养，为学生知识、能力、素质协调发展创造条件。同时在编写过程中始终强调突出中医药人才的培养目标，在教材中尽量体现中医药特色。

本套教材从开始论证到最后编写工作的完成，始终得到了全国各高等中医药院校各级领导和教学管理部门的高度重视，各校在人力、物力和财力上均给予了大力支持。广大从事教学的一线教师在这套教材的编写工作中倾注了大量心血，充分体现了扎实的工作作风和严谨

的治学态度。在此一并致以诚挚的谢意！

新世纪全国高等中医药院校管理专业规划教材的编写是一项全新的工作，所有参与工作的教师都充分发挥了智慧和能力，通过教材建设工作对教学水平进行总结和提高，并进行了积极的探索。但是，一项创新性的工作难免存在不足之处，希望各位教学人员在使用过程中及时发现问题并提出宝贵意见，以便重印或再版时予以修改和提高，使教材质量不断提高，逐步完善，更好地适应新世纪中医药人才培养的需要。

全国中医药高等教育学会
全国高等中医药教材建设研究会
2009年6月

编写说明

公共关系学是高等中医药院校管理专业基本课程之一。通过本课程的学习,帮助学生掌握公共关系学的基本理论、基本知识、基本方法和基本技能,具备现代公关思想和意识,培养他们对公共关系的深层次思考和实际应用能力,以提高他们的人际交往能力、社会交往能力和社会适应能力。

本教材以辩证唯物主义和历史唯物主义为指导,依据公共关系学教学大纲,在参考国内各专业(如营销学、管理学、传播学专业)现有《公共关系学》教材基础上,结合我国医药院校(包括中医药院校)的特点、规律和国内外医药行业、医药企业典型案例编写而成。教材系统讲授公共关系学基本理论和技能体系,紧密结合中医药院校管理及相关专业学生思想与专业实际,在注重内容的思想性、先进性、学术性与启发性的同时,重点突出以下几个方面:①突出与医药管理专业的联系。②突出时代性、前沿性的特点。③突出思维能力、创新素质的培养。④突出与国内外公关典型案例的联系。

本教材编写大纲由关晓光提出初步意见,2008年10月在哈尔滨召开编写会议,讨论确定编写大纲,明确编写任务。王悦、张瑞华、张丹、吴海燕、周乔木协助主编对全书部分章节进行了审稿和统稿,最后全书由关晓光修改、定稿。编写分工如下:第一章:关晓光、金浪;第二章:胡晓燕;第三章:吴海燕;第四章:李倩;第五章:赵亭;第六章:刘蔚;第七章:张丹;第八章:王悦;第九章:沈枫、马秀琴;第十章:郑毅;第十一章:周乔木;第十二章:张玉清;第十三章:黄晓薇、林艳芝;第十四章:张瑞华;第十五章:姜庆丹。

本教材在编写过程中,得到了黑龙江中医药大学学校领导以及教务处、人文与管理学院等部门领导的大力支持,同时也得到了各编写单位领导的支持,在此一并致以诚挚谢意!

本教材可供高等中医药院校管理专业及相关专业选修课使用,也可供其他专业教师、学生和有兴趣的读者阅读。

由于时间和作者水平所限,书中缺点、错漏之处难免,恳请广大读者和专家提出宝贵意见,以便再版时修订提高。

《公共关系学》编委会
2010年6月

目 录

第一章 绪论	1
第一节 公共关系的含义	1
一、公共关系的定义	1
二、公共关系的基本要素	4
三、公共关系的本质和目的	4
第二节 公共关系的界定	5
一、公共关系的多种指代	5
二、公共关系与人际关系、人群关系	7
三、公共关系与庸俗关系	8
四、公共关系与宣传工作	8
五、公共关系与销售活动	9
第三节 公共关系学的基本内容和研究方法	9
一、公共关系学的研究对象	9
二、公共关系学的研究内容	10
三、公共关系学的研究方法	10
四、学习公共关系学的现实意义	11
第二章 公共关系的起源和发展	13
第一节 公共关系的起源	13
一、古代时期——公共关系思想的萌芽	13
二、巴纳姆时期——现代公共关系的发端	17
三、艾维·李时期——现代公共关系职业化的开始	17
四、爱德华·伯内斯时期——现代公共关系学科化的成熟	18
第二节 公共关系的发展	19
一、公共关系在西方的发展	19
二、公共关系在中国的发展	22
第三节 公共关系产生和发展的条件	27
一、经济发展——市场经济取代自然经济	27
二、社会政治——民主政治取代专制政治	28
三、物质技术——大众传播超越个体传播	28
四、文化心理——由“理性”转向“人性”	28
第三章 公共关系的组织	30
第一节 公共关系的组织机构	30

一、社会组织的特点与类型	30
二、公共关系部	32
三、公共关系公司	37
四、公共关系协会	39
第二节 公共关系从业人员	41
一、公共关系人员基本素质与基本技能	42
二、公共关系从业人员的职业道德和职业准则	48
三、公共关系人员的考核	50
第四章 公共关系的对象	54
第一节 公众的特征和分类	54
一、公众的含义	54
二、公众的特点	55
三、公众的分类	57
第二节 公众的心理分析	59
一、时尚的含义及公共关系策略	59
二、流言的含义及公共关系策略	60
三、舆论的含义及公共关系策略	61
四、公众的心理倾向	62
五、公众的自我倾向	63
六、公众的决策倾向	64
七、公众的心理沟通	65
第三节 基本目标公众	65
一、内部公众	65
二、社区公众	67
三、顾客公众	67
四、媒介公众	68
五、政府公众	68
六、名流公众	69
七、国际公众	69
八、其他公众	70
第五章 公共关系的传播	71
第一节 公共关系传播的要素和模式	71
一、公共关系传播的含义与特点	71
二、公共关系传播的要素和模式	72
第二节 公共关系传播的类型	75
一、人际传播	75
二、群体传播	77

三、组织传播	79
四、大众传播	83
第六章 公共关系的职能与原则	90
第一节 公共关系的职责	90
一、管理信息	90
二、宣传组织	92
三、营造文化	93
四、协调环境	95
第二节 公共关系的功能	96
一、公共关系对组织的直接功能	97
二、公共关系对于个人和社会的间接功能	98
第三节 公共关系的原则	99
一、真诚原则	99
二、沟通原则	101
三、互惠原则	102
第七章 公共关系调查与策划	104
第一节 公共关系调查	104
一、公共关系调查的基本概念	104
二、公共关系调查的内容	104
三、公共关系调查的方法	107
第二节 公共关系策划	113
一、公共关系策划的基本概念	113
二、公共关系策划的程序	114
三、常用的公共关系策划方法	117
第八章 公共关系的实施与评估	120
第一节 公共关系实施	120
一、公共关系实施的意义	120
二、公共关系实施的特点	121
三、公共关系实施的准备工作	122
四、影响公共关系实施的因素分析	122
五、公共关系实施的原则与方法	123
第二节 公共关系评估	126
一、公共关系评估的意义	127
二、公共关系评估的主体	128
三、公共关系评估的基本标准和程序	129
四、公共关系评估的方法	130
五、公共关系评估的内容	131

第九章 公共关系的模式	136
第一节 宣传型公共关系	136
一、宣传型公共关系的含义	136
二、宣传型公共关系的活动方式	137
三、宣传型公共关系的原则	138
第二节 交际型公共关系	138
一、交际型公共关系的含义	138
二、交际型公共关系的活动方式	139
三、交际型公共关系的原则	140
第三节 服务型公共关系	141
一、服务型公共关系的含义	141
二、服务型公共关系的活动方式	141
三、服务型公共关系的原则	143
第四节 社会型公共关系	143
一、社会型公共关系的含义	143
二、社会型公共关系的形式	144
三、社会型公共关系的注意事项	145
第五节 征询型公共关系	145
一、征询型公共关系的含义	145
二、征询型公共关系的活动方式	146
三、征询型公共关系的原则	147
第六节 建设型公共关系	147
一、建设型公共关系的含义	147
二、建设型公共关系的形式	148
三、建设型公共关系的原则	148
第七节 防御型公共关系	149
一、防御型公共关系的含义	149
二、防御型公共关系的程序	150
三、防御型公共关系的要求	150
第八节 矫正型公共关系	151
一、矫正型公共关系的含义	151
二、矫正型公共关系的类型	152
三、矫正型公共关系的程序	153
第九节 维系型公共关系	154
一、维系型公共关系的含义	154
二、维系型公共关系的类型	155
三、维系型公共关系的程序	155

四、维系型公共关系的原则	156
第十节 进攻型公共关系	157
一、进攻型公共关系的含义	157
二、进攻型公共关系的形式	157
三、进攻型公共关系的原则	158
第十章 公共关系谈判	160
第一节 概述	160
一、公共关系谈判的概念	160
二、公共关系谈判的特点	161
三、公共关系谈判的原则	163
四、公共关系谈判的程序	163
第二节 公共关系谈判的技巧与策略	166
一、公共关系谈判的技巧	166
二、公共关系谈判的策略	170
第十一章 公共关系中的人际沟通	174
第一节 概述	174
一、人际沟通的概念	174
二、人际沟通的类型	176
第二节 影响人际沟通效能的核心因素	177
一、知觉差异	178
二、人际交往风格	179
三、文化与心理因素	181
第三节 创建有效的对话关系	183
一、自我展示的艺术	183
二、空间距离的艺术	187
三、倾听与反馈的艺术	188
第十二章 公共关系中的文书写作	193
第一节 概述	193
一、公关文书的分类	193
二、公关文书的特点	194
第二节 新闻类文书的写作	196
一、新闻的种类和特点	196
二、消息的采写	197
三、答记者问(电视采访)的采写	197
第三节 调查策划类文书的写作	199
一、调查类文书的写作	199
二、策划类文书的写作	200

三、评估报告的写作	202
第四节 日常礼仪类文书的写作	203
一、贺信	203
二、祝词	204
三、请柬、邀请书	207
四、感谢信	208
五、慰问信	209
六、答谢词	210
七、欢迎词、欢送词	210
第十三章 公共关系的礼仪与技巧	212
第一节 概述	212
一、公共关系礼仪的概念	212
二、公共关系礼仪的注意事项	213
第二节 公共关系的常用礼仪	214
一、称呼礼仪	214
二、介绍礼仪	215
三、交谈礼仪	217
四、握手礼仪	218
五、名片礼仪	219
六、电话礼仪	221
七、赠礼、受礼和拒礼礼仪	222
第三节 医务人员的礼仪	226
一、医务人员文明礼仪的重要意义	226
二、医务礼仪的内涵和基本原则	228
三、医务人员的职业礼仪规范	231
第十四章 公共关系危机管理	239
第一节 概述	239
一、公共关系危机的特点与类型	239
二、公共关系危机管理的概念与原则	242
第二节 公共关系危机管理的内容	243
一、设置公共关系危机管理组织机构	243
二、制订公共关系危机管理计划	244
三、掌握危机公关的一般程序与对策	245
四、选拔并培训相关人员	247
五、进行危机公关演练	248
第三节 危机公关中的新闻传播	248
一、危机公关新闻传播应具有的意识	249

二、危机公关中新闻传播应遵循的原则	250
三、危机公关中新闻传播的技巧	252
第十五章 公共关系的专题活动	255
第一节 会议的组织工作	255
一、会前工作	255
二、会中工作	257
三、会后工作	258
第二节 新闻发布会	258
一、新闻发布会的特点	258
二、新闻发布会的会前准备工作	259
三、新闻发布会的会中注意事项	260
四、新闻发布会的会后工作	261
第三节 展览会	261
一、展览会的特点	262
二、展览会的类型	262
三、展览会的组织工作	263
第四节 宴请活动	264
一、常见的几种宴请形式	265
二、宴请活动的组织工作	266
三、参加宴请活动的礼节	269
第五节 庆典活动	269
第六节 社会公益赞助	270
一、开展社会公益赞助活动的原则	270
二、赞助对象的选择	271
三、社会公益赞助活动的注意事项	272

第一章

绪论

现代公共关系是20世纪初在西方形成的，至今已有100余年历史。“公共关系热”早已风靡全球。西方有学者把以电脑为代表的科学技术水平，以旅游业为代表的的生活富裕程度，以公共关系为代表的经济管理效能，看作衡量一个国家发达程度的三大标志。20世纪80年代，公共关系随我国改革开放传入中国内地。公共关系一词，已被大家熟知，并经常使用，公共关系热潮一浪高于一浪。公共关系学作为一门独立完整的学科，有其特定的概念、要素和特征。这些不仅使这门学科有存在和研究的必要，而且决定了公共关系学的总体框架和最基本的理论和实践问题。

第一节 公共关系的含义

人们的关系一般可分为3个层次：如果以国家为主体与他人发生的关系，叫国务关系；如果以个人为主体与他人发生的关系，叫人际关系；如果以社会组织为主体与他人发生的关系，称为公共关系。公共关系作为一种特定的社会关系，有其相对明确的界定。

一、公共关系的定义

(一) 关系的含义

从一般意义上讲，所谓关系是指事物之间、人与事物之间、人与人之间某种性质的联系，表现在他们之间相互作用、相互影响的一种状态和活动中。

从特殊意义上讲，关系是对人而言的，它具有人文性，即主体的能动性。人在与外界联系时，要遵循客观规律，发挥主动性和创造性，能动地反映外部世界。他既认识环境，又改造环境，使其与人的生存需要更加适应。应该说，人的主体能动性是关系的基本属性。离开人的存在和介入，关系就失去了其本来的意义。人以外的任何动物虽也与外界环境发生联系，但这些动物只是凭借本能去适应环境，不能对外界环境进行能动的反映。这种单方面实施作用的状态，不具有主体能动性，因而不能与外界构成关系。正如马克思所指出：“动物不对什么东西发生‘关系’，而且根本没有‘关系’。”因此，从关系的人文性特点来看，关系的限定范围只是指人和事物、人和人之间的联系。据此，可将关系分为两类：一类是人与物构成的自然关系。另一类是人与人、人与社会构成的社会关系。

社会关系是指人们在共同活动的过程中结成的相互关系的总称。社会关系中的一类重要的关系就是物质关系，人们在物质生活、社会生活中所发生的相互关系，即生产关系、经济关系均属于物质关系。物质关系是其他一切社会关系的基础，是一切社会关系中最基本的关