

學校

公共關係

張慶勳 主編
陳世聰 等著



學校

公共關係



張慶勳 主編
陳世聰 等著

國家圖書館出版品預行編目資料

學校公共關係／陳世聰等著．——初版．

——臺北市：五南，2007[民96]

面：公分

ISBN 978-957-11-4640-9（平裝）

1. 教育—行政 2. 公共關係

526

96000535



11RU

學校公共關係

主 編 — 張慶勳 (210.4)

作 者 — 陳世聰等

發行人 — 楊榮川

總編輯 — 王秀珍

主 編 — 陳念祖

責任編輯 — 謝麗恩 李敏華

封面設計 — 莫美龍

出 版 者 — 五南圖書出版股份有限公司

地 址：106台北市大安區和平東路二段339號4樓

電 話：(02)2705-5066 傳 真：(02)2706-6100

網 址：<http://www.wunan.com.tw>

電子郵件：wunan@wunan.com.tw

劃撥帳號：01068953

戶 名：五南圖書出版股份有限公司

台中市駐區辦公室/台中市中區中山路6號

電 話：(04)2223-0891 傳 真：(04)2223-3549

高雄市駐區辦公室/高雄市新興區中山一路290號

電 話：(07)2358-702 傳 真：(07)2350-236

法律顧問 得力商務律師事務所 張澤平律師

出版日期 2007年2月初版一刷

定 價 新臺幣550元

作者簡介

于建興

屏東教育大學總務處事務組組長

國立屏東教育大學教育行政研究所碩士研究生

呂純仁

高雄縣鳳山市大東國小教務主任

國立屏東教育大學教育行政研究所碩士研究生

卓輝泰

臺南市安順國中總務主任

國立中正大學中正大學資訊工程研究所碩士

周泯垣

慈惠醫護管理專校講師

國立中山大學大陸研究所碩士

周滿女

臺南縣永康市復興國小校長

國立臺南大學教育經營與管理研究所碩士

林春如

屏東縣屏東市大同國小主任

國立屏東教育大學教育心理與輔導研究所碩士



林振中

高雄市國小主任退休

中正大學教育學博士班研究生

翁禎霞

聯合報屏東地區駐地記者

國立屏東教育大學教育行政研究所碩士研究生

許文寬

高雄縣茂林鄉多納林國小校長

國立屏東教育大學教育行政研究所碩士

陳世聰

屏東縣佳冬鄉昌隆國小校長

國立高雄師範大學教育學系博士候選人

黃文鐘

臺南縣新市鄉大社國小校長

國立高雄師範大學教育研究所四十學分結業

黃玉幸

高雄市正修科技大學通識教育中心助理教授

國立屏東教育大學教育學博士



黃偉萑

屏東縣屏東市仁愛國小教師

國立屏東教育大學教育行政研究所碩士研究生

蔡文正

屏東縣新園鄉烏龍國小校長

國立高雄師範大學教育學博士

鄭建良

高雄縣湖內鄉文賢國小主任

國立高雄師範大學教育學博士



◆◆推薦序◆◆

提供高品質的學校教育，以培育持續學習精進、快樂成長發展的小孩，幾乎是教育工作者、家長、社會大眾，以及各級政府所共同認同的目標。雖然如此，針對何謂高品質的教育？怎樣才算是持續學習精進？何謂快樂成長發展？如何達成這些偉大的共同目標？這些根本的問題，不同的相關成員卻有不同（甚至是彼此衝突）的意見。學校這個開放的社會系統，兼具正式組織與關懷社區的特性，處在這種錯綜複雜、環環相扣，且相互影響的情境脈絡中，必須一方面努力實踐其所被交付的任務，另一方面更須設法獲取相關成員的意見，融入學校教育實踐的過程中，並適時展現成果，才能在組織林立的社會中生存發展。

不可否認的，以往的學校教育比較重視努力辦學的層面（學校也一直都有相當不錯的表現），甚至家長、社會大眾亦期望學校如此作為與表現。但多次教育改革方案的推動，以及國際競爭壓力愈顯著之際，多數的家長與社會大眾除了仍希望學校認真辦學之外，亦期望能更了解學校教育、參與小孩子的教育過程，將「參與」當成是公民社會的重要元素，因此希望學校能聽聽他／她們的意見，適時邀請他／她們參與學校教育，並共同展現教育的成果。面對這樣情勢的改變，使得學校與社區建立良善的雙向互動關係變得相當重要。

本書《學校公共關係》正足以協助教育工作者達成這樣的任務，並可提供家長、社會大眾進一步了解他／她們在「高品質學校教育」目標追尋過程所扮演的角色。誠如本書主編張所長慶勳教授所期許的「本書……融合理念與實務經驗，……（期望）協助學校

教育工作實務者，……做好學校公共關係，以形塑學校組織文化，增進學校組織效能。……（本書可供）學校領導者、教職員工、家長……參考……。』

本書內容豐富，且能兼顧理論與實務、規劃與實踐、現況了解與研究發展。特別是本書在張慶勳教授系統規劃後，在整體概念清晰明確的條件下，以團隊合作的方式完成。每一章的撰稿者多為教育系所的博、碩士生或畢業生，或為國中小校長、主任、大學院校教師，以及文教記者等實務工作者，可收專業的集思廣益之效。

從內容來看，本書涵蓋學校公共關係的理論基礎、策略規劃、策略運用、危機處理、行銷策略、新聞媒體、學校新聞寫作、媒體文宣廣告，並涉及家長參與學校教育事務、學校LOGO與形象、教育市場化對學校公關與學校效能的啓示、學校本位財務管理、學校活動行銷企劃實務，以及學校公共關係的研究與發展等，內容精彩可期，值得推薦給關心學校教育的學校成員、家長、社會大眾、教育行政機關成員，及其他相關人士之參考。

本人有幸先拜讀這一本大作，也感染這種經過辛勤努力，新書終將完成付梓的喜悅，令人欣喜。除此之外，本人更感佩張慶勳教授一直以來對於學校經營學術研究與實務推動的用心與努力，特別難得的是，張教授那種提攜後進，強調團隊努力的胸襟與氣度，值得教育行政與學校管理研究的學者與實務工作者效法與學習。期盼本書能高度實現其所欲追求的目標，並協助我國各級學校教育系統的創新發展。

林明地 謹識

於國立中正大學教育學研究所

2006年9月15日



◆主編序◆

►► 緣起

學校是一個具有開放性社會系統的組織，學校組織的靜態、心態、動態、生態層面都與社會變遷與教育改革背景的脈絡同時並存在變革與發展之中。

學校公共關係是與學校組織變革與發展過程中必要的手段，不論是從學校的內部公關或外部公關，或所運用的公關策略與實踐應用，其目的都在形塑學校組織文化與增進學校組織效能。因此，如何在學校所處的社會、文化與教育發展的背景脈絡之下，以學校公關的理念與理論為基礎，善用可行的公關策略，實踐於學校公關的各個層面，並提出學校公關的未來研究與發展，俾利於學校組織領導者與成員加以應用，而能增進學校組織效能，是本書得以建構完成的主要緣由。

►► 本書的主要架構和內涵

本書在融合並兼顧理念與實踐、策略規劃與運用，以及研究發展的多元並存與融合性之下，分成下列十四章予以撰述。茲摘擷每一章的精髓，以簡要方式陳述之。

- 第一章——公共關係是促進學校效能的手段，因之學校是為主體，公共關係則為所用，以利於學校教育的發展。在此前提下，學校公共關係的理念與理論基礎，則應立基於學校、公共關係這兩個概念之環扣關係下。
- 第二章——「上兵伐謀，其次伐交，其次伐兵，其下攻城」，「疏於計

劃，等同計劃著失敗」。教改進程快速的時代，學校默默奉獻恐難被公平的論斷。是以，領導者應善用思維之長才，運籌帷幄，引導團隊規劃出適性可行的學校公關策略計畫，使校務成長受到應有之評價，以提振士氣、凝聚向心、廣納支援，開創校務更昌隆之契機。

- 第三章——近年來，《孫子兵法》除了被運用於軍事作戰外，更被廣泛運用於非軍事領域。《孫子兵法》的經營管理策略，對於學校公共關係可啓發「求全」、「求善」、「全知」、「先勝」、「主動」、「創新」、「避凶」之謀略指導。
- 第四章——談學校公共關係與行銷策略，如果以一般市場消費商品談教育利益與學校公共關係，那將失去教育工作者本份與學校教育本質，因此，如何運用公共關係與行銷策略理念轉移國民小學場域，適當地推動學校教育，以提高經營績效，是值得思考與實踐的課題。
- 第五章——學校公共關係的建立乃致力於積極發展社區民眾參與學校校務，並引進企業管理和行銷策略之理念，讓學校優良傳統文化、特色、辦學績效，獲得社區家長、公共部門、社會大眾支持，學校並可從社區家長間獲取治校意見及行政作為反應，促使學校進步與發展。建構家長參與校務的永續性，是此理想實踐與否的關鍵要素。
- 第六章——LOGO是整個CIS的核心、是靈魂也是要角，藉此建立企業的願景、企業的形象、塑造企業的文化、凝聚員工的共識、達成企業的營運目標。在追求卓越、進步與公眾支持的時代，學校亟需善用CIS的觀念，構思LOGO建立形象。
- 第七章——教育市場化是近年來世界各國教育改革的趨勢。面臨教育環境丕變，學校公共關係的建立更顯重要。如何在市場化的潮流下，有效的推展公共關係，增進學校效能，滿足學生與內外公眾的需求，相互間有著重要而密切的關係，亦是一項重大挑戰。

- 第八章——學校本位財務管理觀念已獲得先進國家教育界的廣泛支持，期在不增加學校開支下提升教育產出；唯目前政府財政日趨緊縮，欲擴展學校經費來源，以符應學校本位財務管理機制，學校公共關係日顯其重要。
- 第九章——媒體可戴舟、也能覆舟，學校對於媒體隨時可能進入校園，應有一套處理原則，況且近年校園爆料風起，媒體危機可能隨時發生，此時，誠實與誠懇更成了媒體公關的不二法門。
- 第十章——報紙雖是傳統的新聞事業，但其便利與效益與其他新聞事業相比，仍不遑多讓。多元化的特色，使報紙仍居新聞事業之主力。學校努力建立良好公關，報紙是不可或缺之利器，因此，學校權責人員應具備新聞寫作相關知能，藉以推展良好公關與形象。
- 第十一章——學校公共關係是一雙向傳播與溝通的歷程，學校與公眾進行雙向意見交流、對等溝通的歷程，而非一廂情願的單向溝通。因此，各種信息傳播、媒體傳播、活動、服務或資源互惠等多元方式，凡能增進學校與公眾溝通與了解的方法都可加以採用。
- 第十二章——身為教育工作者，可參引企業經營理念，運用市場區隔策略，確定市場目標，運用優良的師資、課程、設備、學習資源、獎勵措施、結盟夥伴、學生進路、宣傳媒體，結合學校、學生及家長間的交換價值，以提升學校整體之教育品質。
- 第十三章——「天有不測風雲，人有旦夕禍福」，組織並非永遠可安穩地處於平順的基準點來追求成長，有時也會面臨不確定的因素與突如其來的災難，造成組織的紛亂與危機。如何發揮與內外公眾互動的功能，以獲取人力與物力之資源與支援，有效並及時協助學校進行危機管理與因應，而化危機為轉機，是亟為重要且值得探討的課題。
- 第十四章——學校教育供過於求、提供者相互競逐、家長擴大學校事

務的參與等，一連串的變革，教育單位已無法再自處高位，關起門來辦學。而企業界重視產品品質與行銷，強化與外界的互動，極力建立產品形象，企圖在詭譎多變的社會裡奠穩企業發展的基礎，給了教育單位很大啓示。當前「學校公共關係」儼然已成一門顯學。

►► 我們的工作團隊

我們的工作夥伴不僅是強調學校教育的理念者，也是教育現場的實務工作者。因此，我們是一個融合教育理念與實踐的最佳團隊組合。我們的夥伴大多係在教育系所的博、碩班研讀或畢業者，或為國中小校長、主任、大學院校教師，以及文教記者等教育實務工作者。本書各章的撰寫者如下：

- 第一章 學校公共關係的理念與理論基礎／蔡文正
- 第二章 學校公共關係策略規劃／陳世聰
- 第三章 從孫子兵法策略談學校公共關係運用／周泯垣
- 第四章 學校公關與行銷策略／黃玉幸
- 第五章 家長參與學校教育事務與學校公共關係／黃文鐘、卓輝泰
- 第六章 學校LOGO與形象／周滿女
- 第七章 教育市場化的學校公關與學校效能／林振中
- 第八章 學校公關與學校本位財務管理／鄭建良
- 第九章 新聞媒體與學校公關／翁禎霞
- 第十章 學校新聞寫作之理論與實務／于建興
- 第十一章 學校公關媒體文宣廣告之運用／呂純仁
- 第十二章 學校活動行銷企劃實務／許文寬
- 第十三章 學校公關與危機處理／林春如
- 第十四章 學校公共關係的研究與發展／黃偉莒



►► 感謝

完成本書所歷經的蘊釀構思、規劃、召集團隊、撰寫、校正、統整及排版印刷等階段，都是集眾人的智慧與心力始能順利完成。在這些過程中，我要感謝所有的撰寫夥伴，沒有他們的集體創作，本書無法順利完稿。其次，要感謝陳世聰校長獨力統整與校對全書文稿，以及黃偉菖老師將全書文字的編輯格式予以統一。更要感謝中正大學教育學研究所林明地所長賜序，益增本書光采。而五南圖書公司楊榮川董事長與陳念祖副總編輯慨允協助出版，及該公司工作夥伴們協助編輯、校稿，使本書得以順利刊印，謹此一併致謝。

►► 期許

本書每一章節都是以融合理念與實務經驗的方式撰寫，因此，本書並不是一本純理論的書籍，而是一本強調協助學校教育工作實務者，如何做好學校公共關係，以形塑學校組織文化，增進學校組織效能。因此，本書對學校教育工作者扮演一個學校公關實務經驗的分享者與提供者的角色，同時也是學校公共關係的促進者。所以不論是教育工作者在職進修或研習，或是對學校公關議題欲進一步了解的學校領導者、教職員工、家長等，都是一本值得參考的好書。

張慶勳 謹識

於國立屏東教育大學教育行政研究所

2006年9月19日

◆ 目 錄 ◆

第一章 學校公共關係的理念與理論基礎 2

壹、前 言 / 4

貳、學校公共關係的理念 / 5

參、學校公共關係的理論基礎 / 18

肆、結 語 / 30

第二章 學校公共關係策略規劃 34

壹、前 言 / 36

貳、何謂策略 / 37

參、何謂策略規劃 / 42

肆、策略與執行力 / 45

伍、學校公關策略規劃的流程 / 46

陸、學校公關策略規劃實例 / 54

柒、結 語 / 69

第三章 從孫子兵法策略談學校公共關係運用 74

壹、前 言 / 76

貳、孫子兵法簡介 / 77

參、孫子兵法之經營管理策略 / 79

肆、從孫子兵法策略談學校公共關係運用 / 93

伍、結 語 / 106



第四章 學校公關與行銷策略—以高雄市苓洲國小百週年慶為例 110

- 壹、前言 / 112
- 貳、創造辦理百週年校慶的價值 / 112
- 參、展現學生才能，樹立學校品牌 / 122
- 肆、美綠化校園，親切呼喚社區 / 125
- 伍、結語 / 131

第五章 家長參與學校教育事務與學校公共關係 134

- 壹、前言 / 136
- 貳、家長參與校務的公共關係現況 / 137
- 參、家長參與校務的公共關係型式 / 138
- 肆、建構家長參與校務的公共關係永續性 / 142
- 伍、家長參與校務建立公共關係實務分享 / 152
- 陸、結語 / 156

第六章 學校LOGO與形象 160

- 壹、前言 / 162
- 貳、新世紀新思維 / 163
- 參、學校形象識別系統 / 168
- 肆、學校形象發展過程 / 174
- 伍、結語 / 181

第七章 教育市場化的學校公關與學校效能 186

- 壹、前言 / 188
- 貳、教育市場化的理念與議題 / 189

- 參、兼融市場理念的學校公共關係 / 192
- 肆、學校效能的意義與指標 / 196
- 伍、市場化時代提升學校效能的公關策略 / 200
- 陸、結 語 / 205

第八章 學校公關與學校本位財務管理 210

- 壹、前 言 / 212
- 貳、學校本位財務管理概念 / 212
- 參、學校教育經費來源 / 220
- 肆、學校本位管理下的公共關係作為 / 225
- 伍、結 語 / 231

第九章 新聞媒體與學校公關 236

- 壹、前 言 / 238
- 貳、國內媒體現況及媒體影響力 / 239
- 參、掌握媒體宣傳 / 245
- 肆、小心，SNG就在校園 / 255
- 伍、結 語 / 261

第十章 學校新聞寫作之理論與實務 264

- 壹、前 言 / 266
- 貳、新聞寫作之涵義 / 267
- 參、新聞寫作之實務 / 273
- 肆、結 語 / 281



第十一章 學校公關媒體文宣廣告之運用 286

壹、前言 / 288

貳、學校公關與傳播溝通 / 289

參、學校公關媒體文宣廣告運用的做法 / 297

肆、結語 / 307

第十二章 學校活動行銷企劃實務 312

壹、前言 / 314

貳、學校行銷的現況與發展趨勢 / 315

參、學校行銷企劃實務 / 319

肆、學校活動企劃行銷實例 / 328

伍、結語 / 335

第十三章 學校公關與危機處理 338

壹、前言 / 340

貳、校園危機管理 / 340

參、校園危機事件之公共關係處理 / 350

肆、實例分析 / 356

伍、結語 / 367

第十四章 學校公共關係的研究與發展 372

壹、前言 / 374

貳、我國「學校公共關係」博碩士論文概覽 / 375

參、論文主要研究發現 / 396

肆、未來的發展 / 401

伍、結語 / 402