

高等职业教育双证规划教材

公共关系实务

Gonggong Guanxi Shiwu

主编 缪启军 詹秀娟



立信会计出版社

LIXIN ACCOUNTING PUBLISHING HOUSE

高等职业教育双证规划教材

公共关系实务

中国财经在线组编

主 编 缪启军 詹秀娟

(排名不分先后,以姓氏笔画为序)

副主编 李 拯 陈红娟 袁建群

参 编 王宏伟 卞 峤 肖 明

姚晓燕 贾爱萍 黄少峰

立信会计出版社

图书在版编目(CIP)数据

公共关系实务/缪启军,詹秀娟主编. —上海:立信会计出版社,2008.1

高等职业教育双证规划教材

ISBN 978-7-5429-1977-9

I. 公… II. ① 缪… ② 詹… 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 013587 号

责任编辑 陈 旻

封面设计 周崇文

公共关系实务

出版发行	立信会计出版社
地 址	上海市中山西路 2230 号
电 话	(021)64411389
网 址	www.lixinaph.com
网上书店	www.lixinbook.com
经 销	各地新华书店
邮 政 编 码	200235
传 真	(021)64411325
E-mail	lxaph@sh163.net
Tel:	(021)64411071

印 刷	立信会计常熟市印刷联营厂
开 本	787 毫米×960 毫米
印 张	21.25
字 数	425 千字
版 次	2008 年 1 月第 1 版
印 次	2008 年 1 月第 1 次
印 数	1—3 000
书 号	ISBN 978-7-5429-1977-9/C · 0028
定 价	31.00 元

如有印订差错 请与本社联系调换

总 序

高等职业教育在我国是一种新型的教育体制,要使其培养的学生在社会上具有较强的竞争力,得到社会的承认,就必须脱离普通学历教育的传统教学模式。高等职业教育的培养目标,应定位于培养掌握现代化科学技术,具有较强的实践操作能力和实际动手能力的实用型人才。要实现这样的培养目标,必须把握未来就业走向,改革原有的教学计划、教学模式和教学内容,增加实践教学时数,加大实践教学力度,使学生在毕业时具备相应的职业技能,能严格按照国家职业技能鉴定标准,并经过权威部门的考评,取得相关职业技能资格证书。帮助学生获得就业的实用技能,甚至选择一种职业,找到一份工作,是学校分内的事。“双证制”教学是适应社会需求的具体体现,高等职业技术学院实行“双证制”教学模式,严格按照国家职业资格等级标准进行考核,有利于增强学生学习的积极性和自信心,增加学生就业的机遇。

“高等职业教育双证规划教材”由中国财经在线(www.zgcjzx.com)策划并提供网络支持,立信会计出版社牵头组织,全国数十所高等职业院校共同参与编写。我们本着统筹规划、分步实施、成熟一本、出版一本、宁缺毋滥的原则,力争尽快将系列教材出齐。

“高等职业教育双证规划教材”的出版是一种新的尝试,也是对高等职业教育院校精品课程建设的有力支持,我们希望更多院校参与到这项工作中来。相关教材选题及出版情况请登录中国财经在线查看。此外,各院校也可结合本校情况,另行申报特色课程教材编写计划。让我们携手为“高等职业教育双证规划教材”的建设而努力,共同迎接高职教育辉煌的明天!

编委会

2007年3月

前 言

公共关系学是一门实践性、应用性很强的课程,作为一门涉及范围及影响层面都非常广泛的学科来说,它所涉及的专业知识包括营销学、广告学、社会学、心理学、政治学和经济学等,小至个人,大到国家都需要公共关系学。

通过本课程的学习,不仅能使学生理解、掌握公共关系基本理论和专业知识,而且能帮助学生运用公共关系理论去发现问题、分析问题和解决问题,培养学生的公共关系职业素养,训练和提高学生的公共关系职业技能。为了更好地实现培养高级应用型人才的高职高专教育目标,加强学生实践能力的培养,我们编写了本书。

本书构建了一个崭新的以实务为主体的公共关系课程体系。全书以公关职能为基点,首先介绍公关的程序、公关的内容;进而介绍公关中的核心因素——人,如何交往、交往中有哪些礼仪;最后深入介绍企业公关重点,如何塑造企业形象、如何组织公共关系专题活动、如何处理公共关系危机等。全书的主要内容包
括:公共关系概述,公共关系一般程序,组织内、外部公共关系,公共关系中的人际交往,公关礼仪,企业形象设计,公共关系专题活动和公共关系危机处理等。

本书适合使用“案例研讨式”、“体验式”等教学法,以“学习目标—本章导入—章节内容—思考练习—案例分析—技能实训”的主线来组织每一章的编写。案例分析和阅读资料贯穿全书,做到了“理论的引入有铺垫、理论的阐述有案例来佐证、理论应用和技能训练真正融为一体”,体现了“实践—理论—再实践”的认知学习规律。

本书的特点表现为:注重理论的逻辑性,更强调实务的可操作性,力求选材合理、内容丰富、结构新颖严谨、叙述深入浅出;注重操作能力的培养,根据笔者的教学体会,每章在安排基本知识练习的同时,均安排了案例分析及技能实训,具有极强的可操作性,不仅适合理论教学,而且适用于实践模拟。为了方便教学,我们将提教学大纲、教学进程表、电子教案、教学指导等参考资料,并及时更新知识、补充练习等。相关资料请登录中国财经在线(www.zgcjzx.com)获取。

一本书的完成,就如一段走过的路,是由一步一个脚印积累而成的;是编写人员多年教学与实践的感悟与总结。在本书的编写过程中,编写组成员进行了多次讨论,参考了大量资料,分享了他们成功的经验和失败的教训,立信会计出版社陈旻女士也给予了大力支持,在此表示诚挚的感谢!同时,感谢赵锦琳承担了文字编排等许多琐碎的工作!

由于编者水平有限,加之公共关系学本身尚有待进一步发展完善,许多理论和实践问题都有待进一步研究和探讨,书中疏漏之处,欢迎广大同仁及读者批评指正。

缪启军

2008年1月

目 录

1 公共关系概述	1
1.1 公共关系的内涵	2
1.2 公共关系的产生与发展	17
1.3 公共关系的职能与原则	31
1.4 公共关系的基本要素	46
思考练习	58
案例分析	60
技能实训	61
2 公共关系一般程序	63
2.1 公共关系调查	64
2.2 公共关系策划	76
2.3 公共关系实施	97
2.4 公共关系评估	105
思考练习	111
案例分析	112
技能实训	114
3 组织内、外部公共关系	115
3.1 组织内部公共关系概述	117
3.2 雇员关系	122
3.3 股东关系	127
3.4 组织外部公共关系概述	131
3.5 消费者关系	133
3.6 媒介关系	137
3.7 社区关系	140
3.8 政府关系	142

3.9 金融关系协调	145
3.10 其他外部公共关系	146
思考练习	152
案例分析	154
技能实训	157
4 公共关系中的人际交往	159
4.1 人际交往与形象塑造	160
4.2 人际交往中的语言技巧	168
4.3 人体语言的交际功能	174
4.4 人际交往中的心理障碍及克服方法	178
思考练习	183
案例分析	184
技能实训	187
5 公关礼仪	188
5.1 公关礼仪概述	189
5.2 公关个人礼仪	193
5.3 公关活动礼仪	207
思考练习	238
案例分析	240
技能实训	241
6 企业形象设计	243
6.1 企业识别系统的含义及功能	246
6.2 企业识别系统与公共关系	257
6.3 企业识别系统导入	260
思考练习	267
案例分析	268
技能实训	269
7 公共关系专题活动	270
7.1 公共关系工作概述	271
7.2 赞助活动	276

7.3 庆典活动	280
7.4 新闻发布会	283
7.5 开放组织	286
7.6 展览会	289
7.7 举办会议	292
思考练习	299
案例分析	300
技能实训	301
8 公共关系危机处理	304
8.1 公共关系危机与危机公共关系	306
8.2 公共关系危机预防	310
8.3 公共关系危机的处理	314
思考练习	322
案例分析	323
技能实训	326
参考文献	327

1 公共关系概述



本章内容

- 1.1 公共关系的内涵
- 1.2 公共关系的产生与发展
- 1.3 公共关系的职能与原则
- 1.4 公共关系的基本要素



学习目标

- (1) 掌握公共关系的内涵、特征,了解公共关系与其他相关领域的关系;
- (2) 了解公共关系产生与发展的条件及公共关系发展的历史阶段,了解我国公共关系的发展及现状;
- (3) 了解公共关系的职能,掌握公共关系的原则;
- (4) 掌握公共关系三要素;
- (5) 初步具备区分公共关系与其他相关社会活动的能力。



本章导入

公共关系诞生于20世纪初,是一门现代管理科学与艺术。在当今世界,许多国家已经把公共关系应用于政治、经济、军事、文化等社会生活的各个方面,以指导各类社会组织的社会实践活动。究竟什么是公共关系?公共关系学研究什么?构成公共关系的基本要素有哪些?公共关系与宣传、广告、市场营销等的联系与区别又是什么?公共关系与庸俗关系一样吗?学习公共关系,必须先搞清楚这些问题。

究竟什么是公共关系呢?北欧航空公司一位公关部的经理在向公共关系培训班的学员们讲解什么是公共关系时,这样说道:“好比一名青年要追求伴侣,可以有许多办法,大献殷勤就是一种,这不算公共关系,而是推销;努力修饰自己的外貌、展现风度和讲究谈吐举止,也是一种吸引人的办法,但这也不是公共关系,而是广告;如果这位青年经过周密的研究思考,制定个计划出来,而且埋头苦干,以成绩来获得他人的称赞,然后

(续上)

通过他人之口将自己的优良评价传递出去,这就是公共关系了。”

2007年5月底,蓝藻袭击太湖,六百万无锡人无水可用。“农夫山泉”及时无偿捐赠10 000箱纯净水给无锡低收入家庭,但其他中国企业却未见有任何行动。在这次“蓝藻事件”中,从危机爆发到结束,除了“农夫山泉”中国企业集体不作为。

在“蓝藻事件”中,为什么少有中国企业援助的身影?答案是我们不愿提及却又多次重提的话题:中国企业缺乏起码的社会责任感。所谓无知者无畏,在公共危机爆发时,由于缺乏责任感,中国企业才会无动于衷。

“企业社会责任”在中国还是一个新名词,意指企业不仅负有经济与法律上的义务,而且更负有超越这些义务的其他责任。企业在追求利润最大化的同时,必须对社会承担相应的责任和义务,最终才能实现企业的可持续发展。企业最大的责任是纳税、解决就业问题,但是这两项充其量只是企业最基本的法定社会责任。如果要建立一个基业长青的强大企业,就需要企业承担更多的责任。

公共关系的发展在中国处于起步阶段,但是我们仍能看到,中国的领军品牌“海尔”、“蒙牛”、“联想”等已经做出了“国际化海尔”、“超女”、“NBA 联想指数”等经典公共关系案例;同时,我们身边的国际化企业“KFC”、“可口可乐”等也给我们提供了很好的学习榜样。随着中国经济的发展,随着中国企业领导者意识的觉醒,随着本土营销精英的成熟发展,相信公共关系势必将在中国社会主义市场经济中大行其道。

思考:蓝藻袭击太湖,“农夫山泉”的行为给我们什么启示?

1.1 公共关系的内涵

自公共关系形成一门学科以来,人们对公共关系的定义就有成百上千种;公共关系到底有几层含义,目前还没有一个世界公认的看法,对其含义的理解和定义的表达是多层次的。了解和把握公共关系的基本概念,是我们学习和应用公共关系的基础。

1.1.1 公共关系的定义



阅读资料

“公共关系”一词是舶来品,其英文为 public relations,缩写为 PR,简称公关。“public”既可以译为形容词“公关的”和“公众的”,也可译为名词“公众”;“relations”可译为“关系”。由于“relations”是“relation”的复数形式,显然,这个“关系”指的是与“众

(续上)

多人”间的关系,所以“public relations”也可译为“公众关系”。但这种“公众关系”既可理解为“与公众的关系”,也可以理解为“公众间的关系”。译为“公共关系”更容易被人们准确理解,其理由:一是公共关系的“公众”不仅由人群构成,还包括政府、社区、媒介等机构,政府、社区、媒介等机构在中国人的心目中是公共单位,因此译为“公共关系”,更容易被接受;二是我国港、台地区的中文著述多是这样的译法,已成为主流译法;三是“公共”一词与“私人”一词相对应,准确地表达了“公共关系”与“私人关系”的不同本质。

在不同的学者对公共关系定义的不同界定中,人们也不难发现其中的一些趋同之处。这些趋同之处主要表现在以下方面:

(1) 公共关系是一个组织与其公众之间的关系。这种关系是一个组织在与公众的相互作用和相互影响中形成的。无论对组织来说,还是对于组织的公众来说,这种关系都具有确定的意义和内容。

(2) 公共关系是一种特殊的思想和活动。作为一种思想,它渗透在一个组织的全部活动之中;作为一种活动,它又具有区别于组织的其他活动的特殊性和特殊要求。

(3) 公共关系是现代组织管理的独立职能。公共关系的主要任务,就是协调组织与公众之间的关系,使组织适应公众的要求,使公众有利于组织的成长与发展。

(4) 信息沟通与传播是公共关系的特殊手段。公共关系用以协调组织与公众的主要手段是信息沟通与传播,它是现代大众传播媒介为物质工具的。

概括以上四点内容,我们可以对公共关系给出一个简洁的定义:公共关系就是一个组织运用有效的传播手段,内求团结、外求发展,使自身适应公众的需要,并使公众适应组织发展需要的一种思想、政策和管理职能。

1.1.2 公共关系的含义

“公共关系”一词到底有几层含义,目前还没有一个世界公认的看法,对其含义的理解和定义的表述是多层次的。人们普遍认为,它既可以被认为是一种状态,又可以被认为是一种活动,还可以被认为是一种学说,更是一种意识和职业。

1) 公共关系状态

公共关系是一种状态,任何一个企业或个人都处于某种公共关系状态之中。它包括原始的公共关系状态和良好的公共关系状态。原始的公共关系状态是社会组织不加任何修饰(即不开展任何公共关系活动)的公共关系状态,具有单纯性、自然性和客观性的特点;良好的公共关系状态由社会组织通过各项公共关系活动的开展,改变原始的公共关系状态所要实现的目标状态,具有主观性、复杂性和多样性的特点。

2) 公共关系活动

从动态的角度来看,公共关系又表现为一种活动,当一个工商企业或个人有意识地、自觉地采取措施去改善自己的公共关系状态时,就是在从事公共关系活动。这种活动是主观见诸客观的一种社会实践。它由日常公共关系活动和专项公共关系活动构成。日常公共关系活动是指大量的例行性业务工作和临时性琐碎工作,它依赖于组织中全体工作人员的共同努力来完成;专项公共关系活动是指有确定的主题和目标,由公共关系管理者或公共关系专家具体策划,由公共关系工作者运用各种公共关系技术进行实际操作的重大公共关系活动。

任何一项公共关系活动都具有目标性、主观性和技巧性等特点。作为促销组合的一部分,公共关系是指一种管理职能,即评估社会公众的态度,确认与公众利益相符合的个人或组织的政策与程序,拟订并执行各种行动方案,以争取社会公众的理解与接受。



案例分析

人类首次登月与企业公共关系

美国3位太空人将进行人类首次登月探险,美国有关当局决定用电视转播实况。消息传出后,美国、日本、中国台湾、中国香港等国家和地区的企业立即行动起来,利用这一事件大做公共关系广告。欧米茄手表生产厂家在太空人完成登月任务的当天,就在报上刊出“世界第一只登月手表——欧米茄,谨向美国太阳神登月英雄致敬”的整页巨幅广告,并说明太空环境迥异于地球,严寒酷热、真空失重、气压转变、剧烈震动及各种莫名因素,均不会影响欧米茄手表计时准确的性能。这幅广告刊出后,消费者对这种美国太空研究总署在进行所有侦测太空工作时指定的唯一合格的计时仪器及其厂家有了更好的印象和更强的信任感。中国台湾国宾大饭店也借太空人登月之机大做广告,推出登月大餐和登月鸡尾酒,果然吸引了不少消费者前去尝试。中国台湾国华产物保险公司,亦刊登了一则庆祝登月成功的广告,以“揭开云路仙宫去,探得嫦娥神秘来”为主题展开诉求,该主题虽然与其经营业务关系较疏,但也在很大程度上加深了公众对公司的印象。

思考:欧米茄手表和中国台湾国宾大饭店是通过怎样的活动来加深公众对公司的印象的?

3) 公共关系意识

公共关系也是一种意识、观念,是现代组织及其人员对公共关系客观状态的自觉认识和理解,是对公共关系活动经验的能动反映和概括。公共关系意识来源于公共关系实践

活动,因而对后者有明显的依赖性。

公共关系意识一经形成,就具有相对的独立性和能动性,从而对公共关系实践活动具有指导意义。对任何组织来说,构建良好的公共关系状态,必须开展有效的公共关系活动,而这些活动又必然是在一定的公共关系意识指导下进行的。反之,没有正确的公共关系意识,就不可能自觉地进行公共关系活动,因而也不会形成良好的公共关系状态。可以说,公共关系意识是自觉构建良好的公共关系状态的思想基础和开展有效的公共关系活动的行动指南,是现代组织及其人员的必备素质。

不同的社会组织及人员有无自觉的和正确的公共关系意识,其行为确有天壤之别,而且其结果也大不一样。人们谈论公共关系,往往津津乐道于各种独具匠心的手段和技巧,而忽视其中包含的公共关系意识和思想,这是公共关系不能上层次、上水平的关键所在。



案例分析

从航班推迟看公共关系意识

英国航空公司准备从伦敦飞往日本东京的航班因故障推迟 20 小时起飞。为了不使在东京等候此班机回伦敦的乘客耽误行程,共 190 名乘客接受了航空公司的安排,改乘其他航班,但有 1 名日本老太太——大竹秀子坚持要乘坐原来的航班。

出于无奈,在伦敦—东京的航班(有 353 个坐席)上,出现了 6 位机组人员和 15 位服务人员只为 1 名乘客服务的罕见情景。相对而言,国内有些航空公司的做法实在不敢恭维,笔者曾在 2007 年 8 月搭乘某航空公司的飞机从南京到大连,原定起飞时间是 8 点多,机场广播通知该航班晚点,原因是大连下大雨,具体起飞时间待定。直到夜里 2 点,其他晚点班机的航空公司已经安排旅客暂住宾馆休息,但我们除凭机票领取机场快餐一份外,未接到任何通知。大概到 3 点多,机场广播通知,该航班大概 4 点多起飞。登机后,因飞机需要检修,大概又等了 1 个多小时飞机才起飞,此时天已大亮。全程中,航空公司也没有给出任何晚点解释和补偿表示,到大连后从友人处得知,其实大连昨天下午已经天空放晴。

思考:英国航空公司为 1 名乘客而执行原定的航班计划,这说明了该公司具有怎样的公共关系意识?国内某航空公司的做法又说明了什么?

4) 公共关系职业

1903 年,艾维·李成立宣传事务所,以收费的形式为企业进行公共关系策划,公共关系职业由此正式诞生,艾维·李也被誉为“公共关系之父”。根据中国国际公共关系协会的调查显示,目前全国公共关系公司数量超过 2 000 家,专业公司从业人数超过 20 000

人,其中北京、上海、广州、成都四地的市场占全国市场份额的70%,其中,北京市场保持40%以上的市场份额,上海市场继续保持快速增长的势头。



阅读资料

经济全球化和中国加入世贸组织促进了中国市场经济的繁荣和发展,也推动了各行各业的全面发展,中国公共关系业作为一个新兴的职业和行业开始得到政府的关注和重视。

1997年,在国家劳动和社会保障部的积极支持下,成立了由中国国际公共关系协会牵头领导的国家公共关系职业审定委员会(后改称“国家职业资格工作委员会公共关系专业委员会”),对公共关系职业进行调研、论证工作,将公共关系专业人员统称为“公共关系员”,并于1999年正式起草了《公共关系员国家职业标准》,并通过专家鉴定。1999年5月,国家劳动和社会保障部出版的《中华人民共和国职业分类大典》将“公共关系员”作为一项新职业列入该大典的第三类职业,这标志着国家正式承认“公共关系”这一职业。

1999年7月21日,国家职业资格工作委员会公共关系专业委员会组织编写的《公共关系员职业培训和鉴定教材》在京通过国家鉴定。2000年3月16日,国家劳动和社会保障部部长张左己签署《中华人民共和国国家劳动和社会保障部第6号令》,将“公共关系员”列入90个持证上岗的职业之一,并于当年7月1日起开始实施。2000年12月3日,首次公共关系员职业资格统一考试在全国范围进行,24个省、市、自治区的近7000人参加了初、中、高三个等级的职业资格鉴定考试。截至2003年年底,全国各省、市、自治区共有50000多人次参加了初、中、高三个等级的职业资格鉴定考试,其中80%获得职业资格证书。

5) 公共关系学科

公共关系作为一门学科,是指研究现代社会组织与社会公众建立良好关系的原则、原理、方法、技巧及其规律的一门综合性应用学科。其主要内容包括:公共关系的基本概念和基本理论,现代公共关系产生和发展的历史过程及动因,公共关系的工作程序,公共关系的传播媒介、传播过程及传播效果,公共关系实务,公共关系人员的职业道德和素质、技能培养,以及各种特定组织的公共关系工作及其技巧等。

公共关系是一门新兴、现代、边缘、交叉、综合性的应用学科。在公共关系学中,要综合运用传播学、社会学、心理学、经济学、新闻学、市场营销学、人际关系学、广告学、管理学等学科的基本原理和最新成果。正是因为这个特点,公共关系的学科性质一直是我国公共关系学者们争论不休的问题。有人主张,公共关系活动本身是组织与公众之间的传播沟通活动,所以,公共关系属于传播学的范畴(美国大学的公共关系专业绝大部分是设在新闻传播学院内);有人认为,公共关系是一门现代管理科学,未来的公共关系不仅是一门

科学、一门人文科学研究、一门艺术,而且是这些内容的综合。



阅读资料

1923年,美国人伯内斯在纽约大学开设了公共关系课程。在一些经济发达国家的现代管理教育中,公共关系已经成为一门重要课程。1924年,美国的《芝加哥论坛报》发表社论指出,公共关系已经成为一门科学,这门科学正逐渐得到重视。西方国家一般认为,公共关系学属于行政管理的一个分支学科。在国内,从1992年开始,大多数高等院校的文科专业都开设了这门课程。据统计,开设公共关系专业的普通高校已有40~50所,民办以及公办的专门培养公共关系人才的成人高校已经有十几所。在行政管理、经济管理专业中,已经有公共关系方向研究的硕士生和博士生。1989年12月,在深圳大学召开了第一届全国高校公共关系教学研讨会。之后,杭州大学、兰州大学、国际关系学院、湖北大学分别于1991年11月、1994年7月、1996年10月和1998年9月承办了第二届至第五届全国高校公共关系教学研讨会。出席会议的代表绝大多数是高等院校的公共关系专业教师,每次他们都认真地交流了有关公共关系教学的经验,也对某些公共关系理论问题进行了深入的研讨。这类学术活动将探讨公共关系教育与研究公共关系理论相结合,专业性、针对性强,效率高、效果好,对推动中国公共关系专业教育的健康发展起到了促进作用。



案例分析

小王“公关”

小王从某校公共关系专业毕业后,应聘到一家私营企业从事公共关系工作。

该企业曾经因偷税及非法经营等行为被税务、工商机关处罚过,所以,与上述单位的关系较为紧张。小王建议老板应主动加强联系,及时沟通。于是,小王在老板的支持下,首先,对全体工作人员进行了公共关系的普及教育,要求大家提高公共意识,主动树立企业良好形象。接着,经小王多方联络,该企业与上述部门共同举办了一系列宣传财税知识的活动,并主动向这些部门请示、主动申报各项材料,加强了互信。老板高兴地说:“要不是请学公关的小王做公关,要不是小王主动提高大家的公关意识,与各方开展公关活动,我们的公共关系哪有这么和谐呢!”

思考:文中所说的“公关”或“公共关系”分别是什么意思?

1.1.3 公共关系的特征

公共关系定义的多样性,说明公共关系这一事物自身的复杂性。这些表述不同的定义固然有助于我们从不同侧面来认识公共关系,却又令人无所适从。科学形态的公共关系的特征概括起来有六个方面。

1) 以社会公众为工作对象

公共关系特指一定的组织机构和与其相关的社会公众之间的相互关系。公共关系与一般的人际关系不同:人际关系以个人为支点,是个人之间的线性关系;公共关系以组织为支点,是组织与其公众结成的网状关系。组织必须坚持着眼于自己的公众,才能生存和发展。公共关系活动的策划者和实施者均应始终确认目标公众是自己的工作对象。

2) 以塑造形象为工作目标

公共关系的基本目标是为一定的组织机构在社会公众中树立美好形象。如果说,搞好人际关系的目的是为了个人的生存和发展,那么搞好公共关系的目的是为了组织拥有良好的声誉,以利于组织的生存和发展。塑造形象是公共关系的核心问题。组织应通过各种公共关系活动,有效地提高自身的知名度和美誉度。良好的组织形象有利于组织顺应大势、适应环境,使组织在竞争、发展中不断充实、成熟和壮大。

3) 以传播沟通为工作手段

以传播沟通为工作方法或手段,既是公共关系区别于一般管理职能的重要方面,也是它与单纯的宣传、广告的区别所在。在组织与公众之间,一方面,组织应通过对外传播,使公众认识、了解自己;另一方面,它又要吸取舆情民意以调整、改善自身。只有达成有效的双向意见沟通,才能使组织与公众在交流沟通、共享信息的基础上增进了解、理解和合作。

公共关系作为一种人类的交往活动,其活动形式具有以下两个特点:其一,它是双向的,而不是单向的。它一方面,获取舆情民意以调整改善自身;另一方面,又要对外传播,使公众认识、了解自身,实现双向的意见沟通。其二,公共关系的主要手段是通过各种传播媒介维系组织与公众间的信息交流,以达到平衡、协调组织与公众的关系。它不同于人际关系中那种与组织无关的个人与个人间的直接交往,也不同于运用行政、法律、经济等手段以协调组织与公众关系的方法。公共关系综合了人际关系中公与私的关系。任何一个组织的公共关系都是其本身及有关人员所造成的印象的总和。



阅读资料

一个人想要别人同意自己的观点,只有为数不多的几种方法可供选择。

第一种选择是采取某种强制手段,诸如诉诸法律或进行恐吓,施加压力;第二种选择是采取补偿、奖励、提拔、默许、当众褒扬或其他类似方法;第三种选择是劝说,说服别