

公共关系 基础与实务

朱权 高星 主编

第2版

免费赠送
授课用
电子课件



机械工业出版社
China Machine Press

走向职业化——高职高专“十二五”规划教材
【经济管理类专业基础课系列】

公共关系 基础与实务

朱权 高星 主 编
钟伟华 何稼静 副主编

高坤 卢炼 梁可苗 参 编
劳汉生 葛梅 主 审

第2版



机械工业出版社
China Machine Press

本书的编写,是从高职高专的人才培养模式出发,紧紧围绕着高职高专经济类、管理类人才的培养目标,针对用人单位对人才素质需求的现状,吸收了当前国内外公共关系领域的最新研究成果,理论的阐述简洁而清晰,突出了实践技能的提高与运用。全书构思新颖、针对性强、体系清晰、内容简练,具有很强的操作性。本书在章节编排上有一个完整的体系,开篇由案例导入,正文穿插了大量的案例及训练与练习,结尾部分提出本章的学习指导,并附有案例分析和实训应用,体现了公共关系的实践性、实用性和有效性。

本书既可作为高职高专经济类、管理类及相关专业的教材,也适合成人高校以及各类企事业单位从事公共关系工作人员的培训教材和参考书。

封底无防伪标均为盗版

版权所有,侵权必究

本书法律顾问 北京市展达律师事务所

图书在版编目(CIP)数据

公共关系基础与实务 / 朱权, 高星主编. —2版. —北京: 机械工业出版社, 2012.9
(走向职业化——高职高专“十二五”规划教材·经济管理类专业基础课系列)

ISBN 978-7-111-39846-2

I. 公… II. ①朱… ②高… III. 公共关系学—高等职业教育—教材 IV. C912.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第227011号

机械工业出版社(北京市西城区百万庄大街22号 邮政编码 100037)

责任编辑: 岳小月 版式设计: 刘永青

北京瑞德印刷有限公司印刷

2012年10月第2版第1次印刷

170mm × 242mm · 15.5印张

标准书号: ISBN 978-7-111-39846-2

定价: 30.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

客服热线: (010) 88379210; 88361066

购书热线: (010) 68326294; 88379649; 68995259

投稿热线: (010) 88379007

读者信箱: hzjg@hzbook.com

高职高专经管类、旅游类规划教材

总编委会名单

顾 问 吴念香 卢 一 陈 智 康乃真
 叶小明 唐子峰 杨群祥 查振祥

主 任 委 员 陈粟宋

副主任委员 陈云川 林惠华 刘跃南 廖俊杰 张渝涓

委 员 (排名不分先后)
 唐 宇 黄文刚 汪 治 石 强 谢金生
 陈 健 刘志娟 刘佩华 赵 红 于雁翎
 熊 焰 朱 权 曾艳英 肖 平 罗千人
 陈碧凤 缪永合 高 伟

秘 书 长 欧阳丽
秘 书 高 伟

高职高专经管类、旅游类规划教材 经管专业基础课分编委会名单

委 员 (排名不分先后)

黄 瑞

朱 权

高凤荣

邱小平

李海东

阙雅玲

走向职业化高职高专经管类、 旅游类规划教材联编院校名单

(排名不分先后)

1. 深圳职业技术学院
2. 顺德职业技术学院
3. 广东轻工职业技术学院
4. 广东工贸职业技术学院
5. 四川烹饪高等专科学校 [四川旅游学院 (筹)]
6. 广东交通职业技术学院
7. 中山职业技术学院
8. 广东白云学院管理系
9. 广东农工商职业技术学院
10. 广东邮电职业技术学院
11. 广东铁路职业技术学院
12. 广州航海高等专科学校
13. 黄河水利职业技术学院
14. 佛山职业技术学院
15. 珠海城市职业技术学院
16. 广东女子职业技术学院
17. 广东培正学院
18. 广东教育学院
19. 内蒙古财经学院职业学院商贸系
20. 山西金融职业学校
21. 中山火炬职业技术学院

出版说明

高等职业教育是我国高等教育的重要组成部分，它以培养生产、建设、管理、服务第一线的高等技术应用型专门人才为根本目标，以坚持服务为宗旨。随着我国经济的迅速发展，社会对高等应用型人才需求的急剧增长，以及国家和各级教育主管部门的重视，高等职业教育在“十一五”期间已取得了空前的发展，目前高等职业教育的规模已占到全国高等教育的半数以上。

“十一五”初期，高等职业教育在全国的发展水平极不均衡，全国高职高专院校的教学质量亦参差不齐。为此教育部曾先后下发文件，要求全国高职院校“加快高职教育改革与发展，提高高职教育教学质量”。

广东省是中国改革开放的前沿，也是我国高等职业教育蓬勃发展的典型代表之一。在广东省汇集了一大批优秀的高职院校和优秀的师资资源。

教材是体现教学内容和教学要求的知识载体，是教师进行教学活动的基本工具，是提高教学质量的重要保证。发展高等职业教育，提高教学质量，必须重视教材的建设。

在此背景下，在教育部有关领导的指导及广东省教育厅的大力协助下，机械工业出版社以广东省为中心，联合全国一批致力于高职教育改革且已颇具成效和影响的优秀院校共同成立了“高职高专经管类、旅游类教学改革规划教材编审委员会”。编委会以研讨高职高专教育教学改革方向，交流教学改革成果及经验为宗旨，力图通过以点带面，从前期的若干专业入手，层层深入逐步拓展，并借助教材这一形式将教学成果和经验在编委会成员学校之间进行分享与传播，从而进一步向全国进行推广，力求为我国的高职教育发展贡献一份绵薄之力。

“十一五”期间，编委会以机械工业出版社为平台，规划和陆续出版经济管理类和旅游类高职高专系列教材50余种。范围覆盖经济管理类专业基础课、电子商务、物流管理、会计电算化、旅游管理、酒店管理等专业的主要课程。此批规划教材按照教育部“提高教学质量、推行工学结合、以就业为导向”等要求，并根据高职高

专教育的实际情况，邀请具有丰富高职教学经验的一线授课教师、具有相关行业工作背景的双师型教师以及企业一线工作者联手编写，旨在真正做到“产学结合”、“工学结合”。这些改革成果走在了全国高职教学改革的前列，同时，编委会中很多优秀院校也先后入选国家示范性高职院校，为全国的高职院校做出了表率。

“十一五”规划系列教材的编写指导思想体现了编委会研究制定的方针：教材编写结合教学方法的改革与实践；与相关行业的职业资格认证相结合；在写作方法上敢于打破传统的以学科体系设置课程体系、以知识点为核心的框架，更多地考虑学生所学知识与行业需求及相关岗位、岗位群的需求相一致，使教材内容“项目化”、“工作流程化”；突出“走向职业化”的特点，努力培养学生的职业素质、职业能力和专业技术。此外在高职教育的理论“必需、够用”方面也进行了有益的探索与尝试。在系列教材的开发过程中，众多资深一线授课老师、双师型老师、企业工作者们在教学、专业知识与企业实际工作的有效结合方面进行了探索。此批教材以“立足广东，面向全国”为目标，在突出广东特色的同时更兼顾到与全国通用性的结合。

系列教材尝试打破常规的学科体系教学模式，探索一种更符合高职教育实际情况的模式。在通过案例教学、项目式教学和互动式教学强化实践性、应用性与针对性的同时，以学生为本的思想也增强了学生学习的趣味性和主动性。系列教材以建设成为立体化教材为最终目标，将会在实践中逐步完善整个教材体系。

此批教材为编委会组织编写的高职高专教育教学改革规划教材，被机械工业出版社列为“十一五”期间重点发展的规划教材。经过两年多来的教学实践与积累，其中一批较早出版的，编写特色突出，符合教学规律及教学改革发展趋势，能够显著提高教学效果的教材已经脱颖而出，深受全国广大师生的喜爱。随着教学改革的进一步深入以及相关专业政策和知识的更新，这批优秀教材都已经面临再版的时机。为此，我们以“国家中长期教育改革和发展纲要”和“教育部2010年工作要点”为指引，以更进一步地贯彻执行《教育部关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》（教高[2006]16号）和《教育部关于加快高等职业教育改革促进高等职业院校毕业生就业的通知》（教高[2009]3号）文件为方针，申报普通高等教育“十二五”国家级规划教材。与此同时，我们还将区分各专业在教学改革所处的不同阶段继续完善和发展已有系列教材的品种，加强配套教学资源的建设，扩大整体教学改革试点范围。

“十二五”期间，我们将结合广东省高职高专教学改革项目的最新成果，计划增加出版汽车、机械、电子、计算机、工商管理、物流、市场营销等更多专业的系列规划教材，并择其优秀者申报“十二五”国家级规划教材。

在编委会长期运作及系列教材规划和出版过程中，得到了广东省教育厅高教处吴念香副处长以及顺德职业技术学院、深圳职业技术学院、四川烹饪高等专科学校、广东轻工职业技术学院和广东工贸职业技术学院等一大批全国优秀院校的鼎力支持，在此特别致以衷心的感谢！

高职高专教学改革规划教材编委会

机械工业出版社

2010年7月

前 言

进入到21世纪,中国经济社会发展速度不断加快,科技信息化的程度不断提高,国力不断增强,各方面建设事业都取得了骄人的成绩。与此相适应,社会对专业公共关系人才或具有公共关系素质的人才需求越来越多,各种不同的组织都在充分利用公共关系的职能来开拓自己的资源,公共关系备受关注,公共关系的职业化、专业化、普及化、公众化越来越明显。从某种意义上说,缺少公共关系人员的组织或组织人员缺少公共关系意识,都是很难融入和适应市场经济发展要求的。

高职高专院校是以培养适应生产、建设、管理、服务第一线需要的高素质、高技能型人才为自身使命的,本教材的编写就是紧紧围绕高职高专经济管理类学生培养的实际,从社会发展的视角和学生适应社会需要的层面,以全新的体系来编写的。本书的编写具有以下几个特色。

1. 系统性。本书内容结构安排合理,体系完善,结构严谨。在内容的选择上,既保证了体系的完整,同时又针对高职高专学生的特点和社会的需求进行取舍,既是一门独立的课程,又是一门符合培养目标需要的课程。

2. 新颖性。在每一章的编排上,都是由学习目标、案例引入、正文、学习指导、课后思考与练习、案例分析、实训应用等部分组成,保证了学习者学习的全面性、明确性和目的性。

3. 实用性。本书的理论阐述简洁清晰、通俗易懂,案例的选择也紧贴主题。本书精选了大量的案例,对学习理解学习内容和进行社会实践都具有很好的借鉴作用。另外,每章都附有实训应用,体现出了较强的实用性。

4. 针对性。本书编写是从高职高专的人才培养模式出发,紧紧围绕着高职高专经济类、管理类人才的培养目标,针对用人单位对人才素质需求的现状而进行的。目的是培养出能够适应于岗位需求、具有一定公共关系意识和素质的人才。

第2版在上一版的基础上整合了部分章节内容,使知识点更加明确和容易掌握。在保留原有经典案例的基础上,第2版增加了现实社会中具有代表性的案例,使学习

者对知识点的理解更有针对性和可操作性。

本书由中山火炬职业技术学院、顺德职业技术学院、四川烹饪高等专科学校等院校具有丰富经验的从事本课程教学的一线老师共同完成。本书由中山火炬职业技术学院朱权教授拟定大纲，总纂定稿。具体分工为：朱权教授、高星副教授任主编，钟伟华副教授、何稼静讲师任副主编，高坤老师、卢炼老师、梁可苗老师为参编。各章节撰写者分别是：第1、2章，钟伟华副教授（顺德职业技术学院）；第3、5、6章，朱权教授（中山火炬职业技术学院）；第4章，高坤老师（四川烹饪高等专科学校）；第7、10章，高星副教授、卢炼老师（中山火炬职业技术学院）；第8、9章，何稼静讲师（四川烹饪高等专科学校）、梁可苗老师（中山火炬职业技术学院）。

本书由中山火炬职业技术学院劳汉生教授、深圳职业技术学院葛梅副教授主审。

本书在编写中引用了众多参考文献和参考资料，在此向参考文献和参考资料的作者表示衷心的感谢。同时，在本书编写过程中，我们得到了机械工业出版社华章分社高伟编辑的大力支持，在此也深表谢意。

由于编写者水平有限，书中难免有不妥和疏漏之处，敬请广大读者和专家给予批评指正。

朱 权

2012年6月

教学建议

教学目的

本课程通过系统的公共关系理论和实务的学习, 让学生掌握公共关系的基本原理和实务, 培养公共关系意识, 掌握组织形象的定位、建立、矫正、巩固的技巧与方法, 学会CIS与CS的运用, 培养进行公共关系调研、公共关系方案制订、公共关系模式选择、公共关系评估的有效行动能力, 培养各种公共关系的协调能力, 掌握公共关系传播和沟通技能, 掌握公共关系各类组织管理模式的选择技巧和基本管理技能, 掌握各种公关礼仪规范。

前期需要掌握的知识

管理学、市场营销学、消费心理学、管理心理学、大众传播学、人际关系学等课程相关知识。

课时分布建议

教学内容	学习要点	课时安排	
		理论课时	实训课时
第1章 公共关系导论	(1) 认识公共关系的本质特征 (2) 了解公共关系发展的四个阶段 (3) 明确公共关系的定义和内涵 (4) 掌握公共关系的核心概念	2	1
第2章 公共关系主体: 社会组织	(1) 理解和掌握社会组织的含义与特点 (2) 了解公共关系的机构及其设置 (3) 明确公共关系从业人员的素质要求	2	1
第3章 公共关系客体: 公众	(1) 掌握公众的概念和特征 (2) 理解和把握公众分类的方法 (3) 理解和掌握组织与不同公众关系的处理	4	2

(续)

教学内容	学习要点	课时安排	
		理论课时	实训课时
第4章 公共关系手段：传播	(1) 掌握公关传播的概念、特征、要素和类型 (2) 了解和把握传播的基础理论 (3) 掌握公关传播媒介的特点	4	2
第5章 公共关系调研	(1) 把握公共关系调研的含义，了解公共关系调研的意义 (2) 理解和掌握公共关系调查的基本程序，掌握调研报告的撰写 (3) 理解公共关系调研的原则 (4) 掌握各种调查方法，把握各种调研方法的优缺点	4	2
第6章 公共关系策划	(1) 理解和把握公共关系策划的含义 (2) 掌握公共关系策划的内容与程序 (3) 理解公共关系策划的基本原则 (4) 掌握公共关系策划的基本方法	4	2
第7章 公共关系活动的实施	(1) 了解正确选择公共关系模式的意义，把握公共关系活动模式分类 (2) 理解和掌握公共关系计划实施的原则与方法 (3) 掌握公共关系计划的实施过程 (4) 理解危机公共关系的含义，了解公共关系危机的类型 (5) 掌握危机公共关系的实施	4	2
第8章 公共关系活动效果的评估	(1) 理解和把握公共关系效果评估的内容 (2) 掌握公共关系评估的程序 (3) 理解和掌握公共关系活动实施效果的评估标准和方法 (4) 理解和把握公共关系年度总结报告的撰写、新闻舆论分析报告的撰写	4	2
第9章 企业与非营利组织公共关系	(1) 了解企业公共关系的特点，把握企业公共关系工作的内容 (2) 理解和掌握企业CI战略 (3) 掌握企业文化建设的重要性和主要内容 (4) 掌握非营利性组织公共关系工作的特点和主要内容	4	2
第10章 公共关系礼仪	(1) 了解公共关系礼仪在公共关系活动中的作用 (2) 掌握公共关系个人仪表礼仪 (3) 掌握公共关系日常社交礼仪 (4) 了解和把握日常外事礼仪	4	2
课时总计		36	18

说明：本课程教学设计以54学时为标准，各不同院校可根据自己的实际情况进行调整。突出理论课与实训课的有机结合，其中实训课的内容可参照每章课后的“实训应用”部分来进行。

目 录

出版说明

前言

教学建议

第1章 公共关系导论	1
学习目标	1
案例导入	1
1.1 公共关系的含义	2
1.2 公共关系的要素与特征	6
1.3 公共关系的功能	8
1.4 公共关系的范畴与体系	12
1.5 公共关系的产生与发展	14
学习指导	19
课后思考与练习	20
案例分析	20
实训应用	21
第2章 公共关系主体：社会组织	23
学习目标	23
案例导入	23
2.1 公共关系的主体	24
2.2 社会组织中的公关机构：公共关系部	25

2.3 专业公关机构：公共关系公司	28
2.4 公关活动的操作者：公共关系从业人员	31
学习指导	36
课后思考与练习	37
案例分析	37
实训应用	37
第3章 公共关系客体：公众	39
学习目标	39
案例导入	39
3.1 公众的含义、特征及分类	40
3.2 内部公众	46
3.3 外部公众	49
学习指导	56
课后思考与练习	56
案例分析	56
实训应用	57
第4章 公共关系手段：传播	59
学习目标	59
案例导入	59
4.1 公共关系传播理论	60
4.2 公共关系传播媒介与选择	65
4.3 公共关系传播实施技巧	73
学习指导	80
课后思考与练习	80
案例分析	81
实训应用	82

第5章 公共关系调研	84
学习目标	84
案例导入	84
5.1 公共关系调研的意义与内容	85
5.2 公共关系调研的程序	91
5.3 公共关系调研的原则与方法	94
学习指导	102
课后思考与练习	102
案例分析	103
实训应用	104
第6章 公共关系策划	105
学习目标	105
案例导入	105
6.1 公共关系策划概述	106
6.2 公共关系策划的内容与程序	107
6.3 公共关系策划的原则和方法	116
学习指导	121
课后思考与练习	121
案例分析	122
实训应用	123
第7章 公共关系活动的实施	125
学习目标	125
案例导入	125
7.1 公共关系活动模式	126
7.2 公共关系活动实施	130
7.3 公共关系危机管理	138
学习指导	147

课后思考与练习	147
案例分析	147
实训应用	149
第8章 公共关系活动效果的评估	152
学习目标	152
案例导入	152
8.1 公共关系评估的内容和程序	153
8.2 公共关系评估的标准与方法	156
8.3 公共关系评估报告的撰写	160
学习指导	163
课后思考与练习	164
案例分析	164
实训应用	166
第9章 企业与非营利组织公共关系	167
学习目标	167
案例导入	167
9.1 企业公共关系概述	168
9.2 企业CI战略	176
9.3 企业公关与企业文化	188
9.4 非营利组织公共关系	195
学习指导	199
课后思考与练习	199
案例分析	200
实训应用	201
第10章 公共关系礼仪	203
学习目标	203