

## 《公共关系学》课程教学大纲

课程名称：公共关系学	课程类别（必修/选修）： 选修
课程英文名称：Public Relations	
总学时/周学时/学分：36/2/2	其中实验学时：4
先修课程：传播学、社会学	
授课时间：1-18 周，周一 1-2 节	授课地点：6D103
授课对象： 17 广电 1、2 班	
开课院系： 文学与传媒学院	
任课教师姓名/职称： 张艳红 / 讲师	
答疑时间、地点与方式：10B404,每周二 15:00-17:00 现场答疑。	
课程考核方式：开卷（√） 闭卷（ ） 课程论文（ ） 其它（ ）	
<p>使用教材：张克非，《公共关系学》（第三版），高等教育出版社，2013</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) [美]斯科特·卡特李普等著，明安香译：《公共关系教程》，华夏出版社 2001 年版。</li> <li>2) 纪华强编著：《公共关系的基本原理与实务》，高等教育出版社 2006 年版。</li> <li>3) [英]桑德拉·奥利弗著，李志宏译：《战略公关》，科学普及出版社 2004 年版。</li> <li>4) [美]理查德·拉尔默著，邢伟译：《公关前沿》，中信出版社 2006 年版。</li> <li>5) [美]弗雷泽·P.西泰尔著，梁皎洁等译：《公共关系实务》，机械工业出版社 2004 年版。</li> <li>6) 游昌乔著：《危机公关》，北京大学出版社 2006 年版。</li> <li>7) 张岩松编著：《公共关系案例精选精析》，中国社会科学出版社 2006 年版。</li> </ol>	
<p><b>课程简介：</b></p> <p>本课程属于广播电视学专业的专业选修课，作为一门综合性、应用性、交叉性和边缘性很强的课程，在该专业的本科学生培养过程中有重要的理论和实践价值。它的教学目的和任务是使学生树立利用媒介传播手段塑造组织形象、协调公众关系、为社会发展服务的观念，掌握公共关系的基本理论，熟悉公共关系的基本技巧，能够建立社会组织与社会公众之间的良好公共关系，成为适用于新闻传播行业的综合性应用人才。</p>	
<p><b>课程教学目标</b></p> <p>1、知识与技能目标：了解公共关系学基本概念和基本原理，掌握公共关系的各种要素以及应用的原则和方法，了解公共关系学的一般实务流程和工作方法，具备利用公共关系学进行较好的人际沟通、解决商务公关实际问题、通过各种传播媒介进行沟通的能力。</p> <p>2、过程与方法目标：了解对社会组织公关现象的分析过程和基本思路，掌握公共关系学案例分析法，具备一定的公共关系调查研究和创意策划的能力。</p> <p>3、情感、态度与价值观发展目标：培养学生基于社会组织的社会责任感和公众意识、和谐意识，提高其创新思维和意识，在实践训练环节则能够增强学生的团队意识。</p>	<p>本课程与学生核心能力培养之间的关联(授课对象为理工科专业学生的课程填写此栏)：</p> <p><input type="checkbox"/>核心能力 1.</p> <p><input type="checkbox"/>核心能力 2.</p> <p><input type="checkbox"/>核心能力 3.</p> <p><input type="checkbox"/>核心能力 4.</p> <p><input type="checkbox"/>核心能力 5.</p> <p><input type="checkbox"/>核心能力 6.</p> <p><input type="checkbox"/>核心能力 7.</p> <p><input type="checkbox"/>核心能力 8.</p>
理论教学进程表	

周次	教学主题	教学时长	教学的重点与难点	教学方式	作业安排
1	绪论：公共关系与公共关系学	2	重点：公共关系的基本涵义，公共关系学的研究对象和内容。 难点：研究公共关系学的现实意义。	理论	
2	第一章 公共关系的渊源与发展	2	重点：公共关系形成的历史条件，创始人，在现代社会的发展基础。 难点：古人对类公共关系的认识与实践，对现代社会公共关系的哲学思考。	理论	
3	第二章 公共关系要素之一：社会组织	2	重点：社会组织的构成因素。 难点：企业公共关系，政府公共关系。	理论	
4	第三章 公共关系要素之二：公众	2	重点：公众的需求与权利。 难点：顾客公众，媒介公众。	理论	公关案例写作
5	第四章 公共关系要素之三：媒介	2	重点：公共关系媒介的类型。 难点：公关人员的基本素质。	理论	公关案例写作
6	教学影片鉴赏与讨论	2	重点：甄选与公共关系有关的细节，透析公关各要素 难点：解读影片中的公关意识与思想	作品研讨	
7	第五章 公共关系调查与研究	2	重点：公共关系调研的过程。 难点：调查问卷的编制。	理论	
8	第六章 公共关系策划与创意	2	重点：公共关系策划方案的主要内容。 难点：公共关系创意的方法。	理论	
9	第七章 公共关系策划方案的实施与效果评估	2	重点：公共关系评估的作用。 难点：公共关系评估的步骤与方法。	理论	
12-13	课程实践成果展示与课堂讲评	2			
14	第八章 公共关系形象管理	2	重点：组织形象的评价指标。难点：CIS 战略与组织形象。	理论	阅读参考书目
15	第九章 公共关系沟通管理	2	重点：公共关系传播技巧。难点：传播学基本理论。	理论	阅读参考书目
16	第十章 公共关系活动与媒介事件管理	2	重点：常见的各种公共关系活动的目的与特点。难点：媒介事件的策划。	理论	阅读参考书目
17	第十一章 公共关系危机管理	2	重点：公共危机的处理程序。难点：公关危机的预防。	理论	期末复习
18	第十二章 公共关系伦理与礼仪	2	重点：公关人员形象六要素。难点：各种公关礼仪的注意事项。	理论	期末复习
合计：		32			
实践教学进程表					

周次	实验项目名称	学时	重点与难点	项目类型 (验证/综合/设计)	教学方式
10-11	公共关系“四步工作法”实践训练	4	学生分组参与实践，主要完成调研、策划环节，配合一定的评估策略，形成可展示的系列成果。	综合	模拟、讨论
合计：		4			
成绩评定方法及标准					
考核形式		评价标准			权重
平时成绩		1. 旷课、多次请假者酌情扣分。迟到 2 次记旷课 1 次；3 次旷课取消本课程考试资格。 2. 课堂讨论积极性，准备充分性，内容的广度和深度，表达的流利性、启发性和表现力，根据实际表现计分。 3. 分组实训项目，参与的主动性、领导力，项目的规范性和创新性。			30%
期末考核		开卷√      闭卷□    课程论文□    实操□ （考试题型主要包括简答题、论述题、案例分析题、策划书写作题等。）			70%
大纲编写时间：2019/3/5					
<div>系（部）审查意见：</div> <div>我院（系）教学委员会已对本课程教学大纲进行了审查，同意执行。</div> <div><div>张艳</div><div>系（部）主任签名：</div></div> <div>日期：2019 年    3 月 15 日</div>					