



# 公共关系学

**PUBLIC RELATIONS**

姚唐 企业管理系

**SEM** 北航经济管理学院  
BEIHANG SEM



# 第8章 公共关系策划





# 学习目标

- 公共关系策划的意义及内容
- 公共关系策划原则和基本程序
- 公共关系策划书写作方法



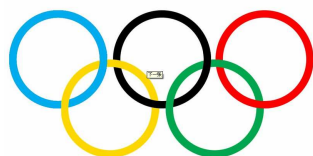




Case

# 巴西获2016年奥运会主办权：地图制胜

奥运  
空白点



巴西申奥主席 努兹曼



你认为里约热内卢赢得2016年奥运会主办权，最大的优势是什么？

共有 **94,500** 人参加

显示： [表格](#) [饼状](#) [柱图](#) [用户分析](#)

序号	选项	比例	票数	用户分析
1	南美洲国家从未举办奥运会	82.9%	78,330	
2	从总统到普通民众热情支持	11.5%	10,832	
3	最后陈述阿维兰热打动人心	3.4%	3,249	
4	将办2014世界杯影响力良好	2.2%	2,086	



Case

## 【案例分析】

- ▶ 一个社会组织要想在激烈的竞争中取胜，不仅要进行科学严谨的公关事前调查，还要进行精心的公关策划。
- ▶ 本案例中牢牢守住地处南美大陆的优势，目标明确地打出最有针对性的王牌，成为里约在这场奥运会承办权的激烈竞争中最终胜出的关键。





# 第一节 公共关系策划概述

## 一、公共关系策划的涵义

公共关系策划就是公共关系人员根据组织形象的现状和目标要求，分析现有条件，谋划、设计最佳行动方案的过程。







Case

## 美国玩具巨头“孩儿宝”跨国公司公关策划

### 20世纪90年代





## 二、公关策划的意义

- 1、推动目标管理，实现组织目标
- 2、提高了信息传播的科学性
- 3、集中显现了公共关系的价值







## 第二节 公共关系策划的一般程序

公共关系的策划是从信息分析开始，接着是目标的确定、公众的辨认、主题设计、媒介选择、经费预算、方案审定，最后以公关策划书的形式形成公关策划方案。





## 公关策划的程序

信息分析



目标确定



公众辨认



主题设计



媒介选择



经费预算



方案审定



公关策划方案



# 一、确定公关策划目标

公关策划目标就是组织单位通过公关活动的实施所希望达到的形象状态和理想标准。







## 公共关系目标的分类方法

### ➤ 按公关策划目标的时间长短来划分

- 长期目标
- 短期目标

### ➤ 按组织目标的功能定位来划分

- 以信息传播为目标

【案例】长城饭店借助里根访华扬名





- 以联络感情为目标

【案例】美国通用食品公司联络公司股东情感方法

- 以改变态度为目标

- 以改变行为为目标





## 常用的公共关系目标

- ▶ 英国公共关系专家弗兰克·杰夫金斯绘制的目标清单，公共关系目标范围是十分广泛的，概括起来有16种。







## 目标策划的注意事项与具体要求

- 公关目标应具体明确，可直接操作。
- 公关目标应具有可行性和可控性。
- 公共关系总目标与各个子目标之间应形成一个严密的逻辑关系。
- 公关目标体系应要求本组织的所有部门、所有人员都知晓、理解并赞同





## 三、公共关系策划方案

### ➤ 确定公共关系策划工作的类型

- 宣传型
- 交际型
- 服务与公益型
- 征询型
- 危机型





## ➤ 设计主题

- 醒目、简单、易于记忆

## ➤ 选择媒介

- 电视、报纸、网络、汽车

## ➤ 编制经费预算

### 公共关系预算构成

- 劳务费、办公费
- 器材和制作费、宣传费
- 活动费、赞助费







## 确定公共关系预算总额的方法

- 固定比率法
- 投资报酬法
- 量入为出法
- 目标先导法





## ➤ 审定方案

### 方案优化的方法

- 重点法
- 轮变法
- 反向增益法

### 方案审定应该考虑的问题

- 目标合理性
- 方案可行性
- 费用合理性
- 潜在问题预防





## 四、撰写公关策划书

- 公关策划书是一份完整的公关策划方案的书面报告，是公关策划工作的最后一项程序。
- 公关策划书的主体内容一般由背景概述、公关目标、公关项目、传播方式、时间地点、费用估算、实施程序等项内容构成。





Case

【案例】“清凉一夏”华夏长城葡萄酒公  
关活动策划书

【案例】广东××集团30周年庆典现场  
策划案







## 第三节 公共关系策划的原则及方法

### 一、公共关系策划的原则

- 1、真实性原则
- 2、针对性原则
- 3、系统性原则
- 4、创造性原则
- 5、可行性原则
- 6、可调性原则





## 二、公关活动策划的方法

### 公共关系策划中的创造性思维

【案例】河南双汇集团的公共关系策划

#### ➤ 1、灵感的激发



【案例】白丽香皂“今年二十，明年十八”

#### ➤ 2、想象的突破



【案例】中国银行“海峡两岸台北—北京长跑活动”



### 3、诸因素的组合

## 【案例】可口可乐问世100周年公共关系活动





## 【案例分析】

- 这次公共关系策划，可以发现它是由各种各样的因素组合而成的。其因素中有可口可乐公司成立100周年的时机、以亚特兰大为中心的多个地点、以可口可乐总裁为首的数百万人员以及游行、彩车、演奏、颂歌、多米诺骨牌等。
- 显然，正是这种多因素的组合，以这种创造思维方法策划了这一成功的公共关系活动。







➤ 4、思维的碰撞

➤ 5、逆向思维与类比启迪





# 公共关系活动的基本方法

## ➤ 1、审时、借时

三个方面：争先、乘机、后发

【案例】欧洲电视机厂商和日本电视机厂商进入中国市场

【案例】夏普空气净化器爱心暖上海

## ➤ 2、度势、运势、造势

【案例】敦豪国际航空快件有限公司青岛分公司  
“急人所急”主题的公共关系活动

【案例】北京长城饭店造势

## ➤ 3、择术

以诚换诚术、以攻为守术、自扬家丑术、  
强化特色术、借尸还魂术





【案例】美国长岛铁路公司：“诚实是最好的公共关系”

【案例】美国负责制造克兰梅果汁与果酱的海洋浪花公司以攻为守

【案例】北京惊喜公共关系事务所为诗风绿西蕃莲汁在北京开拓市场进行公共关系策划

【案例】青岛卷烟厂实施的“借尸还魂术”



# 讨论题

## 一、问答题

- 1、公关策划的基本方法有哪些？并简述公关策划与创造性思维的关系。
- 2、撰写公关策划书的要求有哪些？并模拟某组织的公关活动，撰写一份公关策划书。

## 二、分析题

- 1、【案例】健力宝走向饮料王国问题：

- (1)企业产品要想走向新的市场，企业经营者必须具备哪些公关意识？
- (2)结合本案例谈谈如何把握公关时机，促进市场开拓？
- (3)体会“健力宝”的公关策划艺术。





## 讨论题(续)

### 三、技能训练

1. 在班级组织中有时存在诸多不文明现象，比如有个别人不拘小节，不讲卫生，语言粗鲁等。请你从公关角度策划并拟定一份“自律公约”。

2. 你所在的学校计划组织一次校庆活动，请你做一个策划，要求经济、可行、有创新。