



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



第三章 公共关系主体、机构与从业人员





学习目标

- 了解公共关系主体的含义和特征
- 了解公共关系部、公共关系公司以及公共关系社团三类公共关系机构
- 掌握公共关系人员应具备的知识、能力和职业准则





第一节 公共关系主体

一、公共关系的含义及特征

公共关系主体的含义

- 公共关系是由社会组织、公众和传播三种基本要素构成的，社会组织是公共关系的主体，公众是公共关系的客体或对象，传播则是连接社会组织与公众或主体与客体的桥梁。
- 作为公共关系活动主体的社会组织指的是建立在共同目标基础上，按照特定结构及运行方式，履行一定的社会职能，具有相对独立性的一种共同活动群体。



公共关系主体的特征

- 1、目标性
- 2、系统整体性
- 3、环境适应性
- 4、独立性





二、公共关系主体的类型

- 1、根据社会职能，社会组织可以分为经济组织、文化组织和政治组织

企业、大学、妇联

- 2、根据目标特点，社会组织可以分为赢利性组织、非赢利性组织





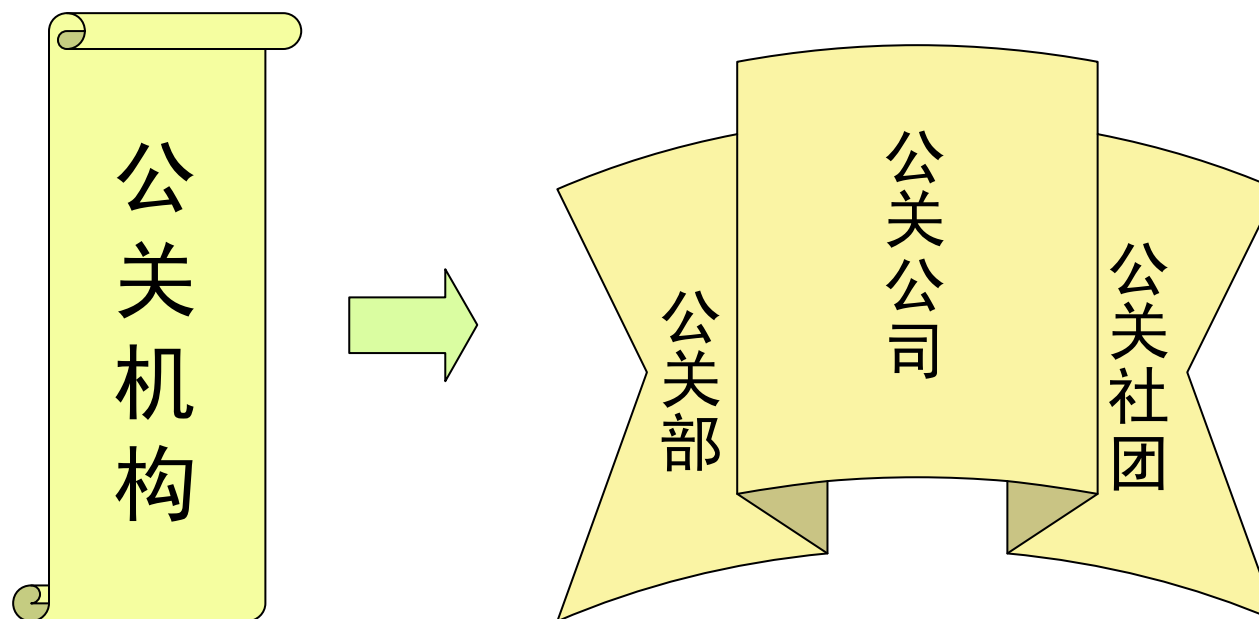
第二节 公共关系机构

公共关系机构是专业从事公共关系工作的组织机构，代理着特定组织的公共关系工作，其实质是公共关系的实施主体。





在现有的公关机构中，主要分为三类：

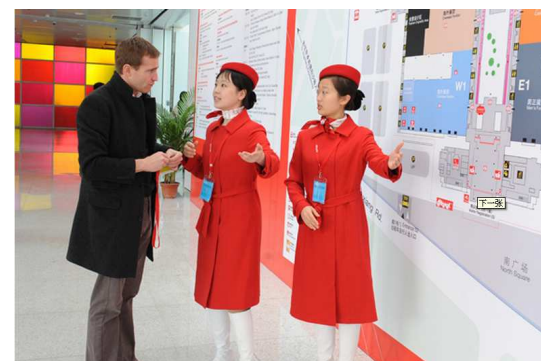




一、公共关系部

公共关系部指组织内部针对一定的目标、为开展公共关系工作而设立的专业职能机构。

- 举办或参加专题活动
- 对外联络协调工作
- 编辑出版工作
- 调研工作
- 礼宾接待工作
- 参与社会组织的决策
- 对内协调工作





职能地位

- 1、信息采集存储中心
- 2、对外宣传中心
- 3、环境监测中心
- 4、趋势预测中心
- 5、公众接待中心
- 6、全员公关意识培训中心





Case

【案例】青岛狮王公关案例



- 青岛狮王在全国“爱牙日”，向小学生每人赠送一张附有《口腔卫生》有关内容的课程表和精美书签，
- 于是“小狮王”在这些孩子们心目中留下了深刻的印象
- 这只教孩子们爱护牙齿的“小狮王”也得到了家长和老师们喜爱。

【启示】 此促销活动成功的原因就在于企业抓住了儿童和家长的感情特点，以“情”作为公共关系活动的主题，充分体现了对下一代健康的关心，从而引发了消费者的购买动机



Case

【案例】上海锦江大饭店全方位公共关系活动的方针

- 上海锦江大饭店是一家闻名遐迩的高级宾馆，也是我国较早设置公共关系部的企业之一
- 他们通过大量的调查研究，制定了全方位公共关系活动的方针





Case

饭店公共关系部在饭店整个经营活动中所担负的以下基本职责：

- 建立饭店与顾客间的相互了解、相互信任
- 加强信息传播工作，主动收集顾客的各种意见和反应
- 不断地向顾客传播锦江饭店“服务至上”的经营观念
- 为外国客人提供良好的商业洽谈环境等





设置原则

- 1、精简原则
- 2、自动调节的原则
- 3、专业性原则
- 4、整体协调性原则
- 5、服务性原则
- 6、针对性原则
- 7、有效性原则



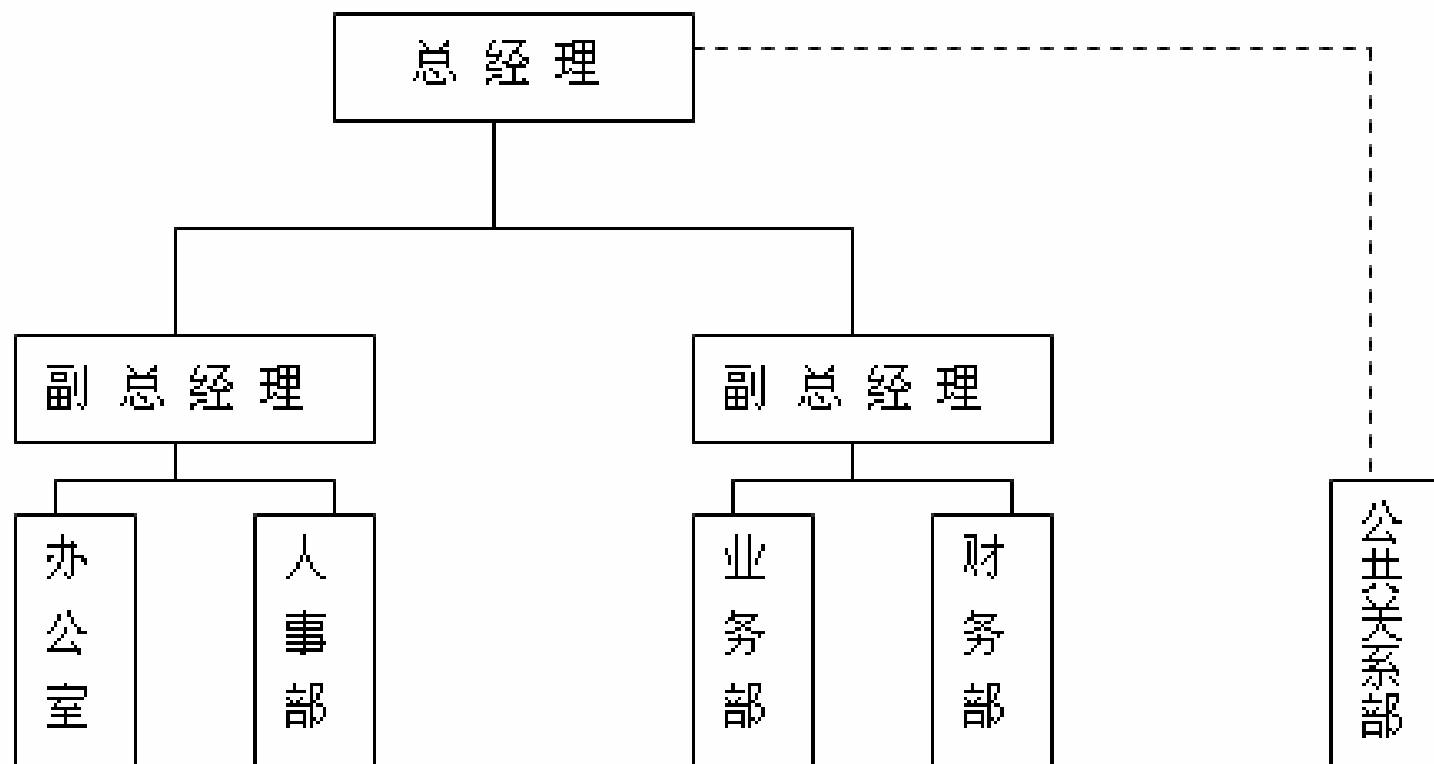


1、公共关系部类型



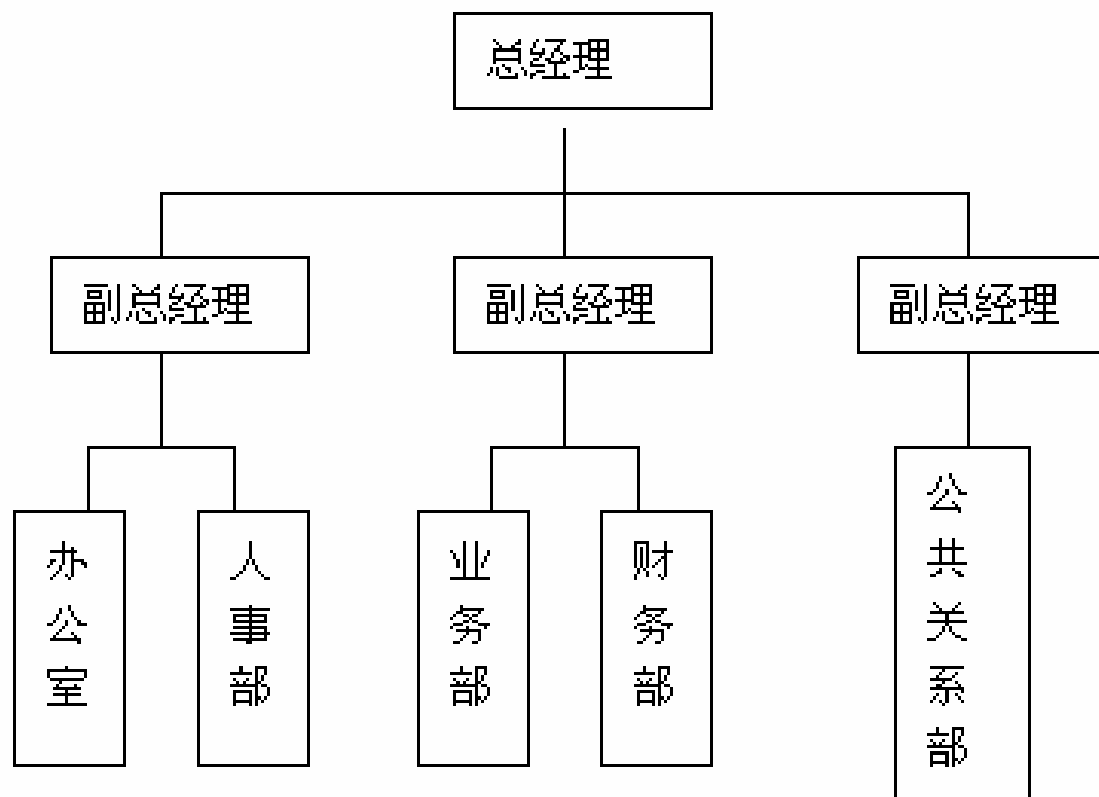


第一，直接隶属型公关部



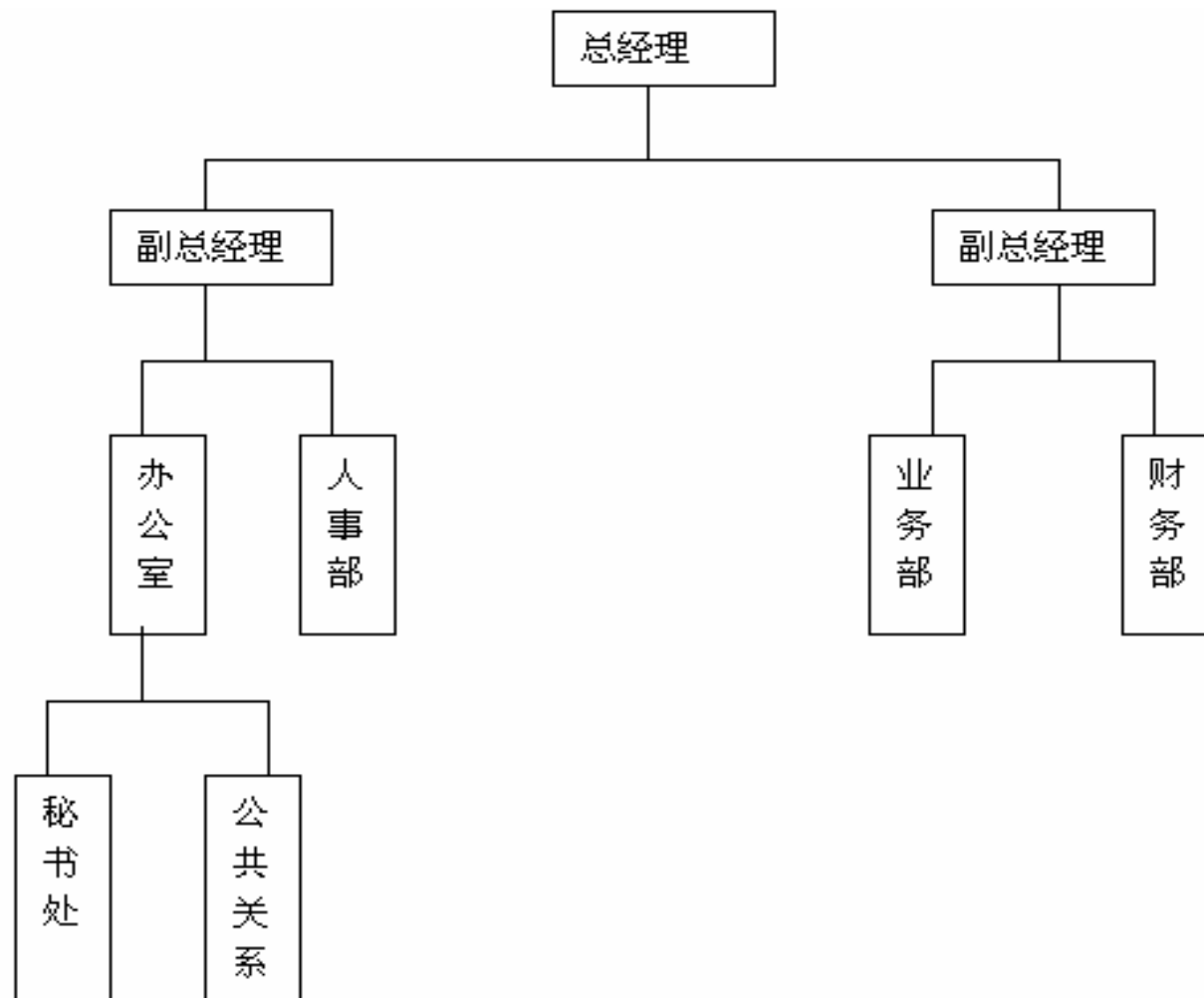


第二，部门并列型公关部





第三，部门隶属型公关部



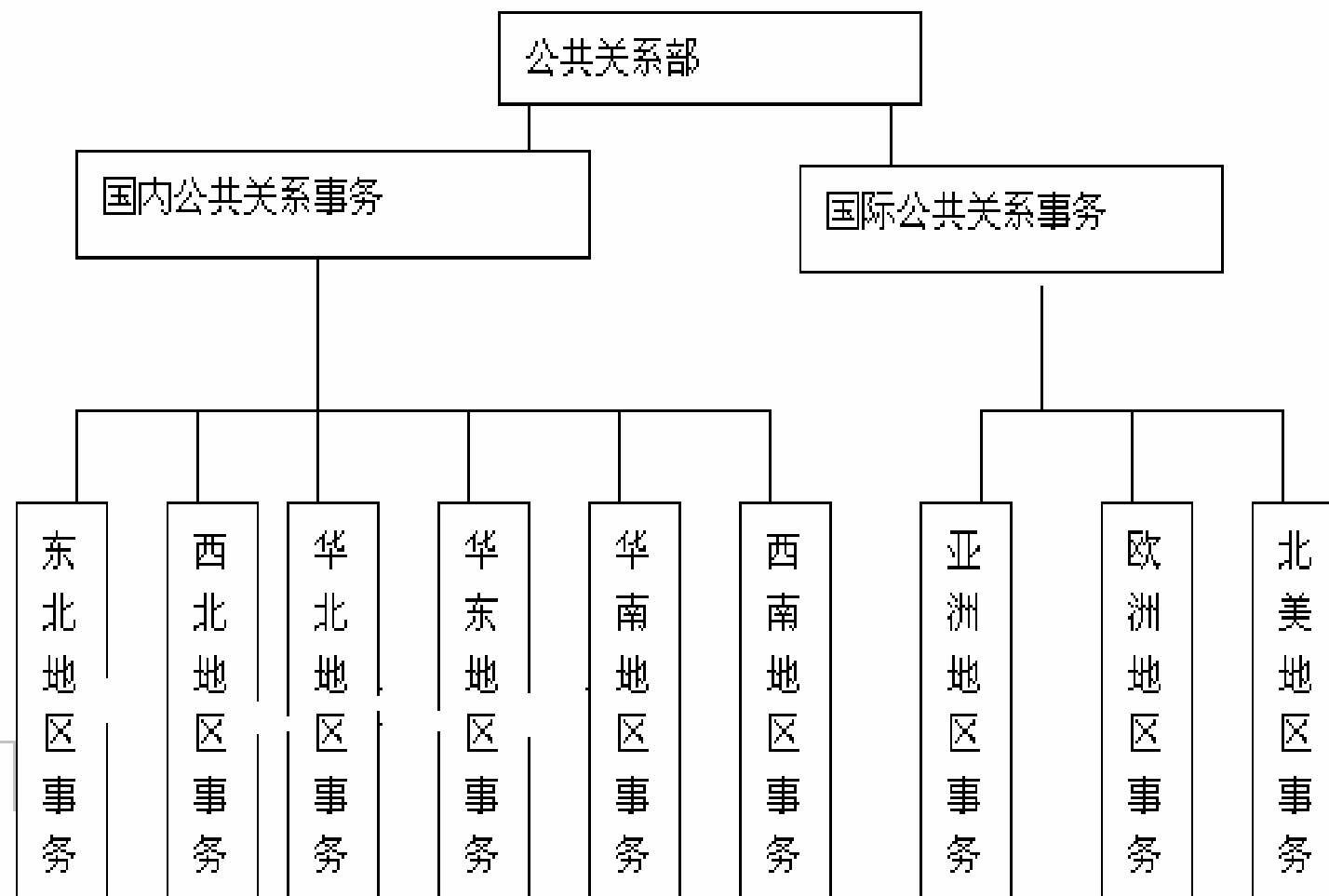


2、公共关系部结构模式



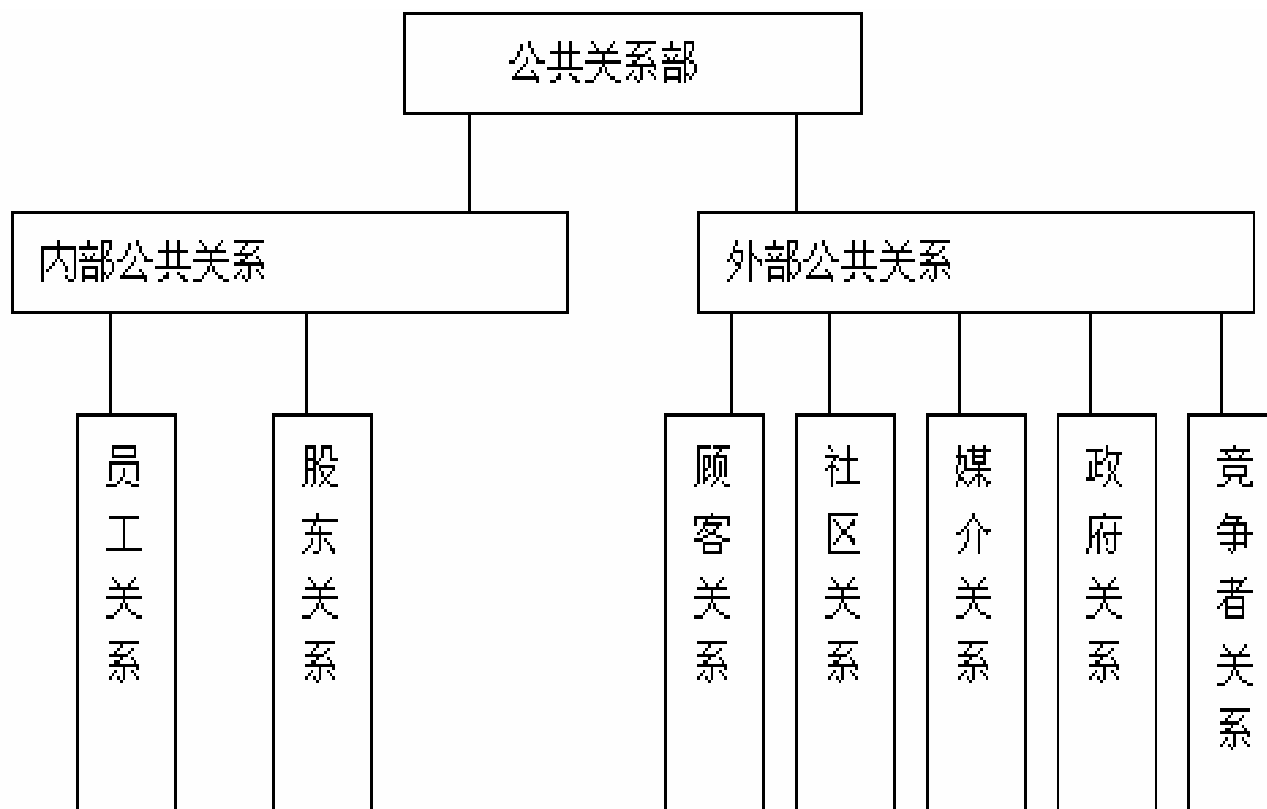


第一，根据公关工作的区域来设置公关部



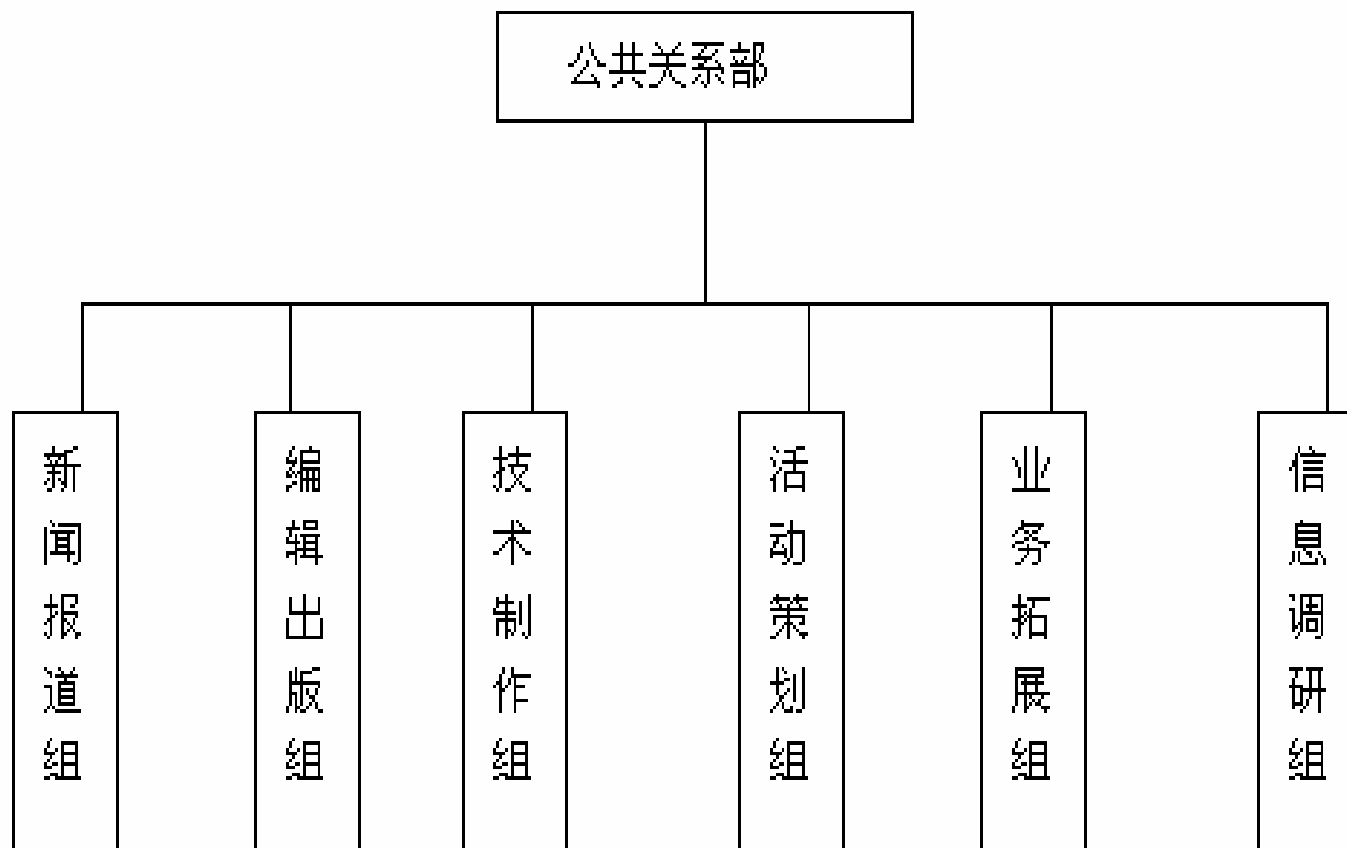


第二，按照公共关系工作对象设置





第三，根据公关工作所借助的手段来设置公关部





二、公共关系公司

公共关系公司的基本特征

- 1、社会性
- 2、服务性
- 3、盈利性





公共关系公司的经营范围

- 1、公共关系咨询
- 2、传播信息
- 3、组织活动
- 4、人员培训





公共关系公司的类型和组织机构

1、公共关系公司的类型

- 综合服务型公共关系公司
- 专项服务型公共关系公司
- 顾问型公共关系公司





2、公共关系公司的组织机构



中国环球公共关系公司的组织机构图



WELCOME TO WWW.CGPR.COM

China Global Public Relations Company



中国环球公共关系公司

China Global Public Relations Company



环球概况



环球的特点和优势



环球新闻



热烈庆祝环球20周年



欢迎加入环球



客户回声



ENGLISH

版权所有：中国环球公共关系公司

地址：北京宣武门西大街甲97号6层 邮编：100031 电话：(010)63073243 63071190 传真：(010)63074887 E-mail: info@cgpr.com

SEM 北航经济管理学院
BEIHANG SEM



(一) 专业优势

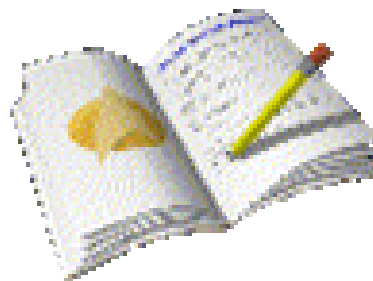
- 观察分析问题的客观性
- 提出建议和方案的权威性
- 信息来源的及时性和渠道的网络性
- 公共关系活动整体规划的经济性
- 适应性强
- 趋势判断的准确性





(二) 公共关系公司的选择标准

- 公司的信誉情况
- 公共关系人员素质
- 业务专长及收费情况





Case

在20世纪90年代初，罗马尼亚政府曾委托美国博雅公关公司帮助罗马尼亚增加对美国市场的出口



对内

- 安排了美国一流的时装专家到罗马尼亚举办讲座，介绍美国的流行款式和质量标准
- 罗马尼亚举办了美国酒类展览会，帮助罗马尼亚酒类厂商了解美国人对酒的品种和质量要求

对外

- 在美国举办了“罗马尼亚周”展览会
- 美国收视率较高的“今日”电视节目中连续播放了一周有关罗马尼亚的报道



【案例分析】博雅的公关服务

- ▶ 博雅公关公司为罗马尼亚政府拓展业务进行了系列公关活动的策划和实施
- ▶ 成功地帮助了罗马尼亚企业进军美国市场，实现了罗马尼亚政府预定的目标





三、公共关系社团

社会上自发组织起来的，**非盈利性**的
从事公关理论研究和实务活动的群众
组织或群众团体（协会、学会、研究
会、俱乐部、联谊会）





2010年中国国际公共关系大会现场

SEM 北航经济管理学院
BEIHANG SEM



(一) 公共关系社团的特征

- 1. 广泛性
- 2. 松散性
- 3. 服务性
- 4. 非盈利性





(二) 公共关系社团的工作内容

- 1. 联络会员
- 2. 制定行业规范
- 3. 研究公关理论
- 4. 培训人才
- 5. 投身社会实践





第三节 公共关系从业人员

一、公共关系从业人员的基本素质

公关意识

所谓公共关系意识，它属于一种现代经营管理思想、理念和原则，是公共关系实践在人们思维中的反映，且由感性认识上升为理性认识。

- 1、塑造形象意识
- 2、尊重公众意识



《福布斯》中文版

数量：《福布斯》杂志
将其列为20世纪90
年代后20种增长最
迅速的产业之一

分布：发达国家的发达
城市，如纽约、
伦敦等

美国劳动部（就业）

1950年	19000
1960年	31000
1970年	70000
1980年	126000
1990年	162000
2000年	200000
2005年	294000



Case

【案例】 35次紧急电话

- 一位名叫基泰斯的美国记者在日本东京奥达克余百货公司买了一台电唱机，送给婆婆
- 售货员彬彬有礼的服务，使基泰斯满意而归
- 回到住所开机试用时，却发现电唱机没有装内件
- 迅速写成一份新闻稿，题目是“笑脸背后的真面目”





Case

- 第二天，一辆汽车赶到她的住处，从车上跳下的是奥达克余百货公司的副总经理和拎着皮箱的职员
- 他们一进基泰斯的客厅便俯首鞠躬，表示歉意
- 昨天下午清点商品时，他们发现错将一个空心的货样卖给了一位顾客
- 打的紧急电话合计35次
- 副经理亲手将一台完好的电唱机，外加唱片一张、蛋糕一盒奉上





- 3、双向沟通意识
- 4、公关宣传意识
- 5、真诚、互惠的意识
- 6、创新审美的意识
- 7、立足长远的意识





公关从业人员的心理素质

➤ 1、自信和进取的心理

【案例】自信圆了清华女生的出国梦

案例中看到自信是成功的第一步。

➤ 2、热情的心理

➤ 3、开放的心理





公关从业人员的思想道德素质

➤ 1、恪尽职守，诚信守诺

【案例】某宾馆诚信守诺公关项目案例

➤ 2、努力学习，有效工作

➤ 3、廉洁奉公，不谋私利

➤ 4、知法、守法、用法





公关从业人员的思想道德素质

1、恪尽职守，诚信守诺

【案例】某宾馆诚信守诺公关项目案例

2、努力学习，有效工作

3、廉洁奉公，不谋私利

4、知法、守法、用法





公关从业人员的知识结构和能力结构

1、公共关系从业人员的知识结构

- 公关专业知识
- 背景学科知识
- 操作性学科知识
- 方针政策知识





2、公共关系从业人员的能力结构

- 1. 书面和口头表达能力
- 2. 组织协调能力

【案例】某酒店组织协调能力项目案例

- 3. 公关策划能力
- 4. 信息捕捉能力

【案例】信息捕捉能力公关项目案例

- 5. 随机应变能力
- 6. 人际交往能力

【案例】一位工作很有成效的公关小姐





7. 顽强的毅力

【案例】日本索尼公司公关项目案例



8. 倾听与理解能力



9. 开拓创新能力

【案例】上海三菱电梯有限公司公关策划



10. 审美能力





二、公共关系从业人员的职业准则

国际公共关系道德准则

英国公共关系协会 (IPR) 制定的职业行为准则

美国公共关系协会 (PRSA) 制定的职业行为准则

中国公共关系职业道德准则

1989年9月全国省市公共关系组织第二次联席会议提出了《(中国公共关系职业道德准则) 草拟及实施方案》，该准则经修订在1991年5月全国省市公共关系组织第四次联席会议上正式通过。





讨论题

一、问答题

- 1、公关人员应具备哪些最基本的素质？
- 2、公共关系部的常见类型模式有哪些？
- 3、某企业招聘公关人员，你若想应聘该作哪些准备？自我应聘书应该怎么写？

二、分析题

- 1、【案例】“荷兰宫”烹调酒厂

问题：

- (1) “荷兰宫”烹调酒厂为什么要求助于公共关系公司？
- (2) 公共关系公司策划公关活动的思路 and 原理是什么？



2、【案例】实施“健康补贴”

请对该公司此项活动进行评价？你从中得到什么启发？

3、【案例】身为职场人士 有心人巧绘“人脉图”

问题：你认为“人脉图”对于做好公共关系工作有无作用？

三、技能训练

1、依据公关人员素质的要求，对自己的言行进行评价，提出改善的计划。

2、深入某公司公共关系部进行考察，分析其设置属于哪种形式以及内部运转方式？

3、请搜集资料查询中国有哪些知名的公共关系公司以及其主要业务实绩。

