

100-1 大葉大學 完整版課綱

基本資訊

課程名稱	公共關係	科目序號 / 代號	1447 / RGR5073
開課系所	人力資源暨公共關係學系碩士	學制 / 班級	研究所碩士班1年1班
任課教師	姚惠忠	專兼任別	專任
必選修 / 學分數	必修 / 3	畢業班 / 非畢業班	非畢業班
上課時段 / 地點	(一)789 / C506	授課語言別	中文

課程簡介

本系課程分基礎課程(Basic), 進階課程(Advanced), 實務課程(Practical), 在進階課程中輔以組織溝通課程(Communication)與關係管理課程(Relationships)。本課程屬於關係管理科目。。

課程主題：

公共關係的理論與研究

目的：

介紹公共關係專業理論

培養學生分析公關問題，獨立研究的能力

培養學生分析公關問題的創意

培養學生觀察社會，掌握趨勢的能力

幫助學生建立企業倫理觀念

課程大綱

一，公關基本概念

二，公關理論經典文獻

說服

管理

關係

語藝

三，台灣公關研究的發展

基本能力或先修課程

無

課程與系所基本素養及核心能力之關連

磋商協調與團隊合作能力

口語表達與寫作溝通能力


 關係經營能力

觀察現象、體察變遷與掌握趨勢之能力

衝突管理能力


創新開發與執行能力

企業與職業倫理

 專業理論與知識

應用與實作能力

 分析問題、獨立研究之能力

 研究倫理

教學計畫表

系所核心能力	權重(%) 【A】	檢核能力指標(績效指 標)	教學策略	評量方法及配分 權重	核心能力 學習成績 【B】	期末學習 成績 【C=B*A 】
關係經營能力	30%	能與員工同事建立良好關係。 能判斷組織內外關係中的資源與用途。 能辨認組織利害關係人及其利益與需求。 能規畫「組織 - 利害關係人」關係發展計畫。	小組討論 小組合作 學生上台報告	分組報告: 50% 小組合作狀況: 50%	加總: 100	30
專業理論與知識	30%	具備人力資源管理的理論知識。 具備公共關係的理論知識。 能將專業知識融會貫通，統整成完整的知識。	講述法	期中考: 50% 期末考: 50%	加總: 100	30
分析問題、獨立研究之能力	30%	能發現並確認問題。 能依據問題情境，評估有效解決問題的策略。 能依據解決問題之策略，獨立進行研究。	講述法 專題報告	期中考: 30% 期末考: 30% 書面報告: 40%	加總: 100	30
研究倫理	10%	能以尊重參與人員之意願、安全、保密與誠信的態度進行研究資料蒐集。 能以正確分析與誠實的態度報導研究結果。 能以遵守智慧財產的態度進行學術研究。	講述法	期中考: 50% 期末考: 50%	加總: 100	10

成績稽核

期中考: 29%

期末考: 29%

分組報告: 15%

小組合作狀況: 15%

書面報告: 12%

教科書(尊重智慧財產權，請用正版教科書，勿非法影印他人著作)

書名	作者	譯者	出版社	出版年
Primer of Public Relations Research	Stacks, Don W.		The Guilford Press	2011
PR Strategy and Application: Managing Influence	Coombs, W.T. and Sherry J. Holladay		Wiley Blackwell	2010
公共關係理論的發展與變遷	張依依		五南	2007
公共關係學：原理與實務	姚惠忠		五南	2009

參考教材及專業期刊導讀(尊重智慧財產權，請用正版教科書，勿非法影印他人著作)

書名	作者	譯者	出版社	出版年
公關策略：定義與範疇	汪睿祥、姚惠忠		廣告學研究	2010
Two - Way Symmetrical Public Relations: Past, Present, and Future	Grunig, J. E.		Handbook of Public Relations	2001
Defining the Relationship Between Public Relations and Marketing	Hutton, J. G.		Handbook of Public Relations	2010
90年代台灣公共關係研究之探討 — 版圖發展、變化與趨勢	9. 黃懿慧		新聞學研究	2001
台灣公共關係學門及研究：1960—2000年之回顧	黃懿慧		廣告學研究	2003
別怕媒體！經營媒體關係	彭懷恩		米羅文化	2006

上課進度		分配時數(%)				
週次	教學內容	講授	示範	習作	實驗	其他
1	課程介紹與公關概論	60	20	20		
2	Defining the Relationship Between Public Relations and Marketing	60	20	20		
3	Two-Way Symmetrical Public Relations	60	20	20		
4	公關理論之一：說服	60	20	20		
5	公關理論之二：管理	60	20	20		
6	公關理論之三：關係	60	20	20		
7	Public Relations as Strategic Communication	60	20	20		
8	Media Relations	60	20	20		
9	期中考	0	0	0		100
10	Technological Development and Online Public Relations	60	20	20		
11	Reputation Management	60	20	20		
12	Issue Management	60	20	20		
13	Risk Communication	60	20	20		
14	Corporate Social Responsibility	60	20	20		
15	Content Analysis	60	20	20		
16	Case Studies	60	20	20		
17	Experimental Method	60	20	20		
18	期末考	0	0	0		100