

100-2 大葉大學 完整版課綱

基本資訊

課程名稱	危機溝通	科目序號 / 代號	1626 / RGR5115
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	選修 / 3	畢業班 / 非畢業班	非畢業班
上課時段 / 地點	(一)ABC / C506	授課語言別	中文

課程簡介

管理學院核心能力：本校管理學院培養學生三項核心能力：解決問題能力 (problem-solving簡稱為S)、溝通能力(communication簡稱為C)、倫理觀(ethics簡稱為E)與專業能力(profession簡稱為P)(簡稱SCEP)。在管院發展藍圖下，人資公關係培養大學部學生三項專業能力：人力資源管理能力、勞資關係管理能力、關係行銷能力。

本系以培育兼具組織溝通與關係管理能力的人力資源管理專才為宗旨，教育目標為：1.具備人力資源管理基本素養，提升有效運用人力資源之能力。

2.加強組織溝通與關係管理訓練，增進職場競爭之能力。

3.強化企業社會責任觀念，建立企業公民意識。

本系課程特色：

根據系教育目標，本系課程分為三個階段：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)，稱為BAPCR課程體系。本系以BACPR體系養成學生的SCEP核心能力。本課程屬C群科目。

本課程目標描述

- 1.了解危機溝通之重要性與技巧，以培養學生組織溝通能力(C)。
- 2.熟悉危機管理各階段工作重點及危機溝通[傳播]基本理論，以強化學生專業管理能力(P)。
- 3.具備危機處理與溝通之正確觀念，以加強學生解決問題能力(S)。
- 4.鼓勵人力資源管理危機案例之分享，以呼應本系教育目標，並強化學生處理危機之倫理觀念(E)。

課程大綱

- 1.危機特性、啟示與危機管理
- 2.危機溝通與危機處理
- 3.危機處理基本原則與案例分析
- 4.危機溝通之重要性與危機溝通策略之分類
- 5.危機情境、危機反應策略及策略效果之關連性
- 6.順應性策略效果之比較
- 7.危機溝通與負面情緒
- 8.危機溝通與目標受眾

- 9.危機溝通與效果變項
- 10.危機溝通與認知缺口
- 11.危機溝通之動態分析
- 12.危機溝通案例分享與應用研究

基本能力或先修課程

公共關係

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	20%	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	分組報告: 60% 小組合作狀況: 40%	加總: 100	20
觀察現象、體察變遷與掌握趨勢之能力	20%	有效地辨識選用訓育留的管理與問題關聯性的能力。 運用專業知識辦選用訓育留的管理發展趨勢的能力。 在員工選用訓育留的管理問題上, 具有歸納與分析的能力。	講述法 個案討論	作業: 50% 書面報告: 50%	加總: 100	20

衝突管理能力	10%	<p>在選用訓育留的管理問題上，觀察衝突的來源與利益衝突差異的能力。</p> <p>在選用訓育留的管理問題上，運用人際衝突管理手段，選擇最佳衝突管理風格的能力。</p> <p>在選用訓育留的管理上，增加建設性衝突與降低社會情緒衝突的能力。</p>	<p>小組討論</p> <p>小組合作</p>	<p>分組報告: 50%</p> <p>小組合作狀況: 50%</p>	加總: 100	10
企業與職業倫理	10%	<p>能以誠實且遵守法規的態度從事經營活動。</p> <p>能以誠實且遵守法規的態度從事管理活動。</p> <p>能以實際行動展現企業社會責任。</p> <p>能以誠信、敬業、負責與守密的態度完成任務。</p> <p>能以服從、合作、守紀與主動的態度完成任務。</p>	講述法	作業: 100%	加總: 100	10
專業理論與知識	20%	<p>具備人力資源管理的理論知識。</p> <p>具備公共關係的理論知識。</p> <p>能將專業知識融會貫通，統整成完整的知識。</p>	<p>講述法</p> <p>專題報告</p>	期末考: 100%	加總: 100	20
分析問題、獨立研究之能力	20%	<p>能發現並確認問題。</p> <p>能依據問題情境，評估有效解決問題的策略。</p> <p>能依據解決問題之策略，獨立進行研究。</p>	<p>講述法</p> <p>學生上台報告</p>	書面報告: 100%	加總: 100	20

成績稽核

書面報告: 30%

作業: 20%

期末考: 20%

分組報告: 17%

小組合作狀況: 13%

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
The Handbook of Crisis Communication	Coombs and Holladay		Wiley-Blackwell	2010

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
Image repair discourse and crisis communication.	Benoit, William L.		Public Relations Review	1997
Crisis communicative strategies: Category, continuum, and cultural implication in Taiwan.	Huang, Y. H., Lin, Y. H., & Su, S. H.		Public Relations Review	2005
The effectiveness of corporate communicative responses to accusations of unethical behavior.	Bradford, Jeffrey L. & Garrett, Dennis E		Journal of Business Ethics	1995
The negative communication dynamic: Exploring the impact of stakeholder affect on behavioral intention	Coombs, W. Timothy, and S. J. Holladay		Journal of Communication Management	2007
Consumer responses to Mattel product recalls posted on online bulletin boards: Exploring two type of emotion	Choi, Y. and Y. H. Lin		Journal of Public Relations Research	2009
Protecting organization reputations during a crisis: The development and application of situational crisis communication theory	Coombs, W. Timothy		Corporate Reputation Review	2007
Comparing apology to equivalent crisis response strategies: Clarifying apology 's role and value in crisis communication	Coombs, W. Timothy, and S. J. Holladay		Public Relations Review	2008

Further Explorations of post - crisis communication: Effects of media and response strategies on perceptions and intentions	Coombs, W. Timothy, and S. J. Holladay	Public Relations Review	2009
Consumer responses to crisis: Exploring the concept of involvement in Mattel product recalls	Choi, Y. and Y. H. Lin	Public Relations Review	2009
Restoring reputations in times of crisis	Claeys, An-Sofie, Verolien Cauberghe, Patrick Vyncke	Public Relations Review	2010
Stakeholder reactions to company crisis communication and causes	McDonald, Lynette M., Beverley Sparks, A. Ian Glendon	Public Relations Review	2010
Organization - Public Relationships and Crisis Response Strategies	Brown, Kenon A. and Candace L. White	Journal of Public Relations Research	2011
Trust and relational commitment in corporate crises	Huang, Y. H.	Journal of Public Relations Research	2008
Perceptions of and reactions to crisis communication via twitter, blogs and traditional media	Schultz, Friederike, Sonja Utz and Anja Göritz	Public Relations Review	2011
Telling your own bad news	Wigley, Shelley	Public Relations Review	2011
How do the news media frame crises?	An, S. K.; & Gower, K. K.	Public Relations Review	2009
An evidence of frame building	Yao, Qingjiang	Public Relations Review	2009

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;危機特性、啟示與危機管理	60	20	20		
2	危機處理基本原則與案例分析	60	20	20		
3	危機反應策略	60	20	20		
4	危機情境、危機反應策略及策略效果之關連性	60	20	20		
5	負面傳播動力	60	20	20		
6	危機溝通與情緒	60	20	20		
7	情境式危機溝通理論(SCCT)	60	20	20		
8	危機溝通與目標受眾	60	20	20		
9	課堂報告準備	60	20	20		
10	危機溝通與效果變項	60	20	20		
11	危機反應策略與OPR	60	20	20		
12	危機反應形式與OPR	60	20	20		
13	危機溝通與認知缺口	60	20	20		
14	危機溝通之動態分析	60	20	20		
15	危機溝通與社交媒體	60	20	20		
16	危機溝通研究方法論一	60	20	20		
17	危機溝通研究方法論二	60	20	20		
18	期末考	60	20	20		