

101-2 大葉大學 完整版課綱

基本資訊

課程名稱	公共關係專題	科目序號 / 代號	1807 / IRM4083
開課系所	人力資源暨公共關係學系	學制 / 班級	大學日間部3年1班
任課教師	汪睿祥	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	(二)234 / B402	授課語言別	中文

課程簡介

管理學院核心能力：

管理學院以培養學生具有解決問題能力(problem-solving簡稱為S,包括洞悉力S1,決策力S2,執行力S3)、溝通能力(communication簡稱為C,包括傾聽能力C1,表達能力C2)、倫理觀(ethics簡稱為E)與專業能力(profession簡稱為P)之SCEP核心能力。而本系大學部學生之專業能力(P)著重於人力資源管理能力[P1]、勞資關係管理能力[P2]、關係行銷能力[P3]等三項專業素養。

本系教育目標：

- 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[A1]
- 2.加強溝通與關係管理訓練，增進職場競爭之能力[A2]
- 3.強化企業社會責任觀念，建立企業公民意識[A3]

本課程目標描述

本系所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設立宗旨。在BAPCR課程體系下，期望學生透過課程修習，養成SCEP核心能力。本課程屬於R體系，教學方式輔以學生自己找案例、加以分析並上台報告分析心得，藉以培養學生之洞察分析力[S]與溝通能力[C,A2]；另藉由人力資源管理方面之危機案例，強化本系人力資源管理之專業能力[P,A1]；最後以企業違反倫理危機案例，例如中國萬科地產總裁王石對521地震之不當發言，希望養成學生正確之企業倫理觀念[E,A3]。

本課程具體目標：

一、網路公關專題：

- 1.認識網路特性並重視網路公關[S1]
- 2.認識網路公關對象與其特性，以期望對症下藥[C,A2]
- 3.網路公關企劃與效果評估[P,S3]
- 4.網路危機之處理與溝通[S3,A2]
- 5.網路公關案例報告及實務操作之練習[C2,A2]

課程大綱

1. 課程介紹


2. 行銷與公關的新法則
3. 直接接觸利害關係人
4. 部落格
5. 新聞稿
6. 播客
7. 論壇、圍記、目標觀眾
8. 病毒傳播
9. 內容豐富的網站
10. 建立行銷與公關計畫
11. 品牌
12. 寫作
13. 網頁與購買流程
14. 新聞稿與顧客
15. 線上新聞中心
16. 接觸媒體的新法則
17. 部落格接觸顧客
18. 播客與影片
19. 社交網絡網站與行銷
20. 搜尋引擎行銷
21. 營造你的網域

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


資料歸納分析與洞察需求能力

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

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 】
--------	--------------	------------------	------	---------------	---------------------	---------------------------

口語表達與寫作 溝通能力	20%	能清楚說明問題。 能執行商業簡報。 能寫作組織溝通文件。 能寫作公共傳播計畫書。	講述法 個案討論 學生上台報告	期中考: 30% 期末考: 30% 課程參與度: 10% 口頭報告: 10% 書面報告: 20%	加總: 100	20
創新開發與執行 能力	30%	在選用訓育留的管理問題上，發展原始構想，獲得組織認同的創造力。 在選用訓育留的管理問題上，利用創造力研擬替代方案與實行方案。 在選用訓育留的管理上，提出企劃管理專案的能力。 在選用訓育留的管理上，使用進度控制技巧，執行企劃與管理。	講述法 個案討論 學生上台報告	期中考: 30% 期末考: 30% 課程參與度: 10% 口頭報告: 10% 書面報告: 20%	加總: 100	30
專業理論與知識	20%	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 個案討論 學生上台報告	期中考: 30% 期末考: 30% 課堂討論: 10% 課程參與度: 10% 書面報告: 20%	加總: 100	20
應用與實作能力	30%	能以淺顯易懂的概念來理解複雜的理論。 能將相關課程知識連貫起來，進行不同領域的連結與應用。 能將相關課程知識應用於課堂之練習與實作。 能將知識脈絡化，並應用於日常生活與職場。	講述法 個案討論 學生上台報告	期中考: 30% 期末考: 30% 課程參與度: 10% 口頭報告: 10% 書面報告: 20%	加總: 100	30

成績稽核

期中考: 30%

期末考: 30%

書面報告: 20%

課程參與度: 10%

口頭報告: 8%

課堂討論: 2%

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
新行銷聖經	David Meerman Scott	林奕伶	商周	2011

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
----	----	----	-----	-----

無參考教材及專業期刊導讀

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	90	0	0	0	10
2	行銷與公關新法則	90	0	0	0	10
3	接觸利害關係人	90	0	0	0	10
4	部落格	90	0	0	0	10
5	新聞聞與播客	90	0	0	0	10
6	論壇, 圍紀與目標公眾	90	0	0	0	10
7	病毒傳播	90	0	0	0	10
8	網站	90	0	0	0	10
9	期中考	0	0	0	0	100
10	建立公關與行銷計畫	90	0	0	0	10
11	品牌, 寫作, 網頁與購買流程	90	0	0	0	10
12	新聞稿, 新聞中心與接觸媒體	90	0	0	0	10
13	部落客, 播客與影片	90	0	0	0	10
14	社交網站與行銷	90	0	0	0	10
15	搜尋引擎行銷	90	0	0	0	10
16	營造網域	90	0	0	0	10
17	個案報告	0	0	0	0	100
18	期末考	0	0	0	0	100