

98-2 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	0881 / 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4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	畢業班
上課時段 / 地點	(一)9 / B504 (三)56 / B504	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

關係經營能力

衝突管理能力

企業與職業倫理

成績稽核

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

無參考教科書

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	危機定義、特性、種類、危機管理的定義與範圍（消費券發放短少事件）	70	20	10		
2	危機偵測、預防與準備	70	20	10		
3	危機處理基本原則與新航案例說明	70	20	10		
4	喬丹快閃事件、雀巢奶粉碘超標事件、八八水災與戴爾標錯價事件	70	20	10		
5	危機處理案例報告1	20	10	70		
6	危機處理案例報告2	20	10	70		
7	危機處理案例報告3	20	10	70		
8	危機後的復原與重建、蒙牛對三聚氰胺之應對	70	20	10		
9	期中考	70	20	10		
10	危機溝通與危機反應策略	70	20	10		
11	SCCT理論	70	20	10		
12	組織溝通回應模型與中國萬科地震捐款事件	70	20	10		
13	負面傳播動力	70	20	10		
14	危機溝通案例分析	70	20	10		
15	危機溝通案例分析實作與報告1	20	10	70		
16	危機溝通案例分析實作與報告2	20	10	70		
17	危機溝通案例分析實作與報告3	20	10	70		
18	期末考	70	20	10		