

中国社会科学院大学《公共关系学》课程大纲

课程基本信息 (Course Information)					
课程编号 (Course ID)	1282020024	*学时 (Credit Hours)	32	*学分 (Credits)	2
*课程名称 (Course Name)	公共关系学 Principles of Public relations				
先修课程 (Prerequisite Courses)	无				
*课程简介 (Description)	<p>本课程主要围绕现代公共关系展开，包括其定义、模式、历史、实践特点、主要功能，利用讲授、案例分析、小组讨论等教学方法，帮助学生了解公共关系在现代社会中的角色、公共关系活动策划的基本方法，帮助学生熟悉媒体关系、员工关系、危机传播管理、新媒体公关等基本概念。</p> <p>课程特别强调思想引导与价值观塑造，以专业教育与思政教育有机融合，将马克思主义新闻观、社会责任、传播道德伦理、网络隐私保护、反作弊与行业监管等内容融入课堂，通过相关内容的讲授与研讨，让学生理解战略传播实践亦有自己的价值、功能和逻辑，公共关系应当平衡商业利益和公共利益之间的关系，避免学生陷入“流量为王”的误区，从而培养学生正确的价值观。</p> <p>在注重课堂讲授思想引导的基础上，加强课外实践教学，利用实际案例策划教学的手段，引导学生强化以国家利益、公共利益为导向策划公共关系活动的观念，铸就“专业之魂”，培养有信仰、有理想、有操守、有仁爱之心、有责任感和使命感的传播专业人才。</p>				
*课程简介 (Description)	This course is centered around the definition, practices, major functions, models and historical development of modern public relations. The instructor will use lectures, case studies and in-class discussion to help students to understand the roles of public relations in contemporary societies, methods of public relations planning and major functions of public relations such as media relations, internal communication, crisis public relations and new media public relations.				
*教材 (Textbooks)	居延安，2013，《公共关系学》，复旦大学出版社 胡百精，2018，《公共关系学》（第二版），中国人民大学出版社				
参考资料 (Other References)	<p>Baijing Hu, Yi Hui Huang & Di Zhang (2015) Public Relations and Chinese Modernity: A 21st-Century Perspective, Journal of Public Relations Research, 27:3, 262-279, DOI: 10.1080/1062726X.2015.1024251</p> <p>张迪 黄河，2017，平安北京：写好 140 个字，中国人民大学</p> <p>Pamela J. Shoemaker, Stephen D. Reese (2014) Mediating the Message in the 21st Century: A Media Sociology Perspective, Routledge, 第一章</p> <p>Hofstede, G. (2001), Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions,</p>				

	and Organizations Across Nations, 2nd ed. Sage, Thousand Oaks, CA. 第一章、第八章 Andreas Rasche, Jeremy Moon, Mette Morsing. (2017) Corporate Social Responsibility: Strategy, Communication, Governance. Cambridge University Press. 第十一章						
*课程类别 (Course Category)	<input type="checkbox"/> 公共基础课/全校公共必修课 <input type="checkbox"/> 通识教育课 <input type="checkbox"/> 专业基础课 <input type="checkbox"/> 专业核心课/专业必修课 <input type="checkbox"/> 专业拓展课/专业选修课 <input type="checkbox"/> 其他_____						
*授课对象 (Target Students)	新闻传播学院本科生		*授课模式 (Mode of Instruction)		<input type="checkbox"/> 线上, 教学平台_____ <input type="checkbox"/> 线下 <input type="checkbox"/> 混合式 <input type="checkbox"/> 其他 <input type="checkbox"/> 实践类(70%以上学时深入基层) _		
*开课院系 (School)	新闻传播学院		*授课语言 (Language of Instruction)		<input type="checkbox"/> 中文 <input type="checkbox"/> 全外语_____ <input type="checkbox"/> 双语: 中文+_____ (外语讲授不低于50%)		
*授课教师信息 (Teacher Information)	课程负责人 姓名及简介		张迪				
	团队成员 姓名及简介						
学习目标 (Learning Outcomes)	了解公共关系内涵; 了解公共关系主要的功能与手段; 了解(复习)与公共关系相关的传播学新闻学理论; 掌握公共关系策划的理念与基本方法。						
*考核方式(Grading)	期末考试 70%; 平时成绩 30%。						
*课程教学计划(Teaching Plan) 填写规范化要求见附件							
周次	周学时	其中					教学内容摘要 (必含章节名称、讲述的内容提要、实验的名称、教学方法、课堂讨论的题目、阅读文献参考书目及作业等)
		讲授	实验课	习题课	课程讨论	其他环节	
第一周	2	2					第一章: 理解公共关系 公关定义的发展演变; 公共关系的基本要素。 【教学方法】 理论讲授 【阅读文献】 公共关系学, 胡百精, 第二章
第二周	2	2					第二章: 公共关系实践的融合 公关与广告、营销、新闻宣传的区别; 公关与广告、营销传播实践的融合。 【教学方法】 理论讲授 【阅读文献】 公共关系学, 胡百精, 第三章

						公共关系学，居延安，第五章，第六章
第三周	2	2				第三章：公共关系模式与历史 现代公共关系出现的历史条件； 公共关系的四种模式。 【教学方法】 理论讲授 【阅读文献】 公共关系学，胡百精，第一章，第五章
第四周	2	2				第四章：中国公共关系历史发展 中国大陆现代公共关系出现的历史条件； 中国大陆现代公共关系发展的不同阶段和重要事件。 【教学方法】 理论讲授 【阅读文献】 Baijing Hu, Yi Hui Huang & Di Zhang (2015) Public Relations and Chinese Modernity: A 21st-Century Perspective, Journal of Public Relations Research, 27:3, 262-279, DOI: 10.1080/1062726X.2015.1024251
第五周	2	2				第五章：公共关系策划之调研与战略 公共关系策划的原则与过程； 公共关系调研； 公共关系战略策划。 【教学方法】 理论讲授 【阅读文献】 公共关系学，居延安，第九章 公共关系学，胡百精，第七章
第六周	2	2				第六章：公共关系策划之策略与评估设计 公共关系策略设计； 公共关系评估； 创意策略。 【教学方法】 理论讲授 【阅读文献】 公共关系学，居延安，第九章
第七周	2	1		1		第七章：公共关系策划案例 通过案例讨论与分析，加强对公共关系策划的理解。 【教学方法】 案例教学 【阅读文献】 张迪 黄河，2017，平安北京：写好 140 个字，中国人民大学
第八周	2	2				第八章 媒体关系实践 媒体与公关的关系； 媒体关系的策略。 【教学方法】 理论讲授 【阅读文献】 公共关系学，居延安，第十三章

第九周	2	2				<p>第九章 媒体关系理论 影响大众媒体内容的梯级模型； 媒体关系的策略整合。</p> <p>【教学方法】理论讲授 【阅读文献】 Pamela J. Shoemaker, Stephen D. Reese (2014) <i>Mediating the Message in the 21st Century: A Media Sociology Perspective</i>, Routledge, 第一章</p>
第十周	2	1			1	<p>第十章 员工关系管理与内部沟通 员工关系与内部沟通的重要价值； 内部沟通的四种模式。</p> <p>【教学方法】理论讲授；案例讨论 【阅读文献】 自编材料</p>
第十一周	2	1			1	<p>第十一章 员工关系管理与企业文化建设 文化与企业文化建设； 员工关系管理的策略。</p> <p>【教学方法】理论讲授；案例讨论 【阅读文献】 Hofstede, G. (2001), <i>Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations</i>, 2nd ed. Sage, Thousand Oaks, CA. 第一章、第八章</p>
第十二周	2	2				<p>第十二章 企业社会责任 企业社会责任的含义； 企业社会责任与商业利益的对立统一； 企业社会责任传播。</p> <p>【教学方法】理论讲授 【阅读文献】 Andreas Rasche, Jeremy Moon, Mette Morsing. (2017) <i>Corporate Social Responsibility: Strategy, Communication, Governance</i>. Cambridge University Press. 第十一章</p>
第十三周	2	2				<p>第十三章 新媒体公共关系 新媒体对公共关系的挑战； 新媒体公共关系策略。</p> <p>【教学方法】理论讲授 【阅读文献】 公共关系学，居延安，第十四章</p>
第十四周	2	2				<p>第十四章 新媒体与内容营销 内容营销的理念； 内容营销的方法； 内容营销的平台。</p> <p>【教学方法】理论讲授 【阅读文献】 自编讲义</p>
第十五周	2	2				<p>第十五章 危机传播管理 危机的社会建构；</p>

						<p>危机传播管理原则。</p> <p>【教学方法】理论讲授</p> <p>【阅读文献】</p> <p>公共关系学，居延安，第十五章</p>
第十六周	2	1			1	<p>第十六章 危机公关策略</p> <p>危机回应策略；</p> <p>危机语意管理。</p> <p>【教学方法】理论讲授；案例讨论</p> <p>【阅读文献】</p> <p>公共关系学，胡百精，第十一章</p>
总计	32	28			4	
备注 (Notes)						