朝陽科技大學 096學年度第2學期教學大綱
Pulic Relation 公共關係與倡導

當期課號	2193	Course Number	2193
授課教師	陳惠敏	Instructor	CHEN,HUI MIN
中文課名	公共關係與倡導	Course Name	Pulic Relation
開課單位	社會工作系(四日)四A	Department	
修習別	選修	Required/Elective	Elective
學分數	2	Credits	2
課程目標	公共關係在社會工作中扮演了愈來愈重要的角色,本課程將介紹公共關係的基本概念、理論與策略，並探討公共關係在社會工作領域之特殊性（有別於商業領域）與管理方式。	Objectives	Public Relations play a more and more important role in social work. This course aims to introduces students to the basic concepts, theories, strategies and tactics of public relation, obtain a fine management method of public relations in the field of social work.
教材	A.Brinckerhoff, Peter C. 著，許瑞妤、鍾佳怡、雷宇翔、李依璇譯。2004。《非營利組織行銷：以使命爲導向》(Mission- Based Marketing: Positioning Your Not-for-Profit in an Increasing Competitive World)。台北：揚智。 B.Brinckerhoff, Peter C. 著，許瑞妤、鍾佳怡、雷宇翔、李依璇譯。2004。《非營利組織行銷工作手冊》(Mission- Based Marketing: An Organizational Development Workook)。台北：揚智。（含光碟，有工作表格） C.丘昌泰主編。2007。《非營利部門研究：治理、部門互動與社會創新》(Nonprofit Sector: Governance, Sector Interaction and Social Innovation)。台北：智勝文化。 D.陳一香。2007。《公共關係：理論、策略與應用》。台北：雙葉書廊。 E.孫秀蕙。1997。《公共關係：理論、策略與研究實例》。台北：正中書局。（讀第八章〈環保團體的公共關係策略之探討〉、第九章〈公關人員與媒體之間的互動模式對於議題管理策略的啓示：以非營利性的弱勢團體爲例〉，這兩篇由老師提供） ◆可供閱讀的參考書目陸續於部落格上提供。	Teaching Materials	A.Brinckerhoff, Peter C.2004. Mission- Based Marketing: Positioning Your Not-for-Profit in an Increasing Competitive World. B.Brinckerhoff, Peter C. 2004. Mission- Based Marketing: An Organizational Development Workook.(with One CD) C.2007. Nonprofit Sector: Governance, Sector Interaction and Social Innovation)。 Other papers will be provided by the teacher。
成績評量方式	成績分配方式： ◆期末小組口頭及書面報告占40% ◆小作業1占15% ◆小作業2占25% ◆課堂小組討論成績：20%。	Grading	term papers: 40% study assignment(1):15% study assignment(2):25% discussion:20%
教師網頁	http://public-2008.blogspot.com/		
	課程簡介： 由於科技與社會變遷等因素改變了傳統對於人的觀感，二十一世紀已然成爲一個媒介擬想的年代，我們對於事物的理解與相信不再是眼見爲憑、親身感受，經常是要透過他者確認才能肯認自己的行動與價值。社會工作經常面臨著不符資本主義的生產邏輯和積累期待而往往僅能訴諸道德呼籲或人道主義的處境，使得社會工作似乎成爲經濟發展和財富積累到一定程度後才得以展開的附屬品。也因此，本課程主旨在於藉由公共關係的運用與		Media and public opinions have already transform our understanding of modern society including the field of social work. This course aims at the empowerment of social work through the promotion of public relation. This course is elective. Studnets who want to take this course have to promise their engagement positively.

教學內容	倡導，來討論並拓展社會工作在當代不同的社會情境下的可能性，也尋求非營利組織工作的有效行銷。整學期課程預計將分成三大部分：一、公共關係理論及其重要性；二、非營利組織行銷的工作策略；三、非營利組織個案討論。除教師授課之外，極爲重視修課同學參與討論和實際操作。 課程要求： ◆本課程講課（lecture）、討論(seminar)與實踐(practice)並行，課堂節奏與精彩與否是由參與課堂者共同營造。上課的同學歡迎隨時打斷老師的授課，提出你的觀點。但要求必須專心有興趣，與當時脈絡相干。 ◆提問及參與討論：教師會不定期地在部落格上提出問題，若能參與回應討論，即可加分。針對上課內容或閱讀提出問題或心得者（必須與指定閱讀材料或課堂討論相關），也很歡迎。 討論、作業及報告說明： 提醒事項： ◆所有作業均可以電子郵件繳交。作業1是個人繳交，作業2&期末報告是小組繳交。 ◆已繳交小作業和期末分組名單者，請向教師領取工作光碟一張（內含表格）。 ◆作業切忌抄襲或從網路直接下載或複製，不拘泥格式，期待組織後有條理地書寫論述，表現思維及努力。 討論：參與分組討論可隨機加入，每次成員不一定要相同（當然也可以相同）。但討論形成時請繳交參與討論者名單，以便於計分。（隨堂繳交） ◆小作業1：選擇任何一個親身參與的組織（社團、打工、實習機構等均可），進行自我評估。（個別作業） 繳交日期：4/1。 ◆小作業2：形成小組，以團體的方式進行自我評估，練習對一個議題展開團體討論。繳交作業時，必須要包括： 1.小組成員爲什麼對這個小組感興趣（分別表述），分別被賦予什麼職責與任務，爲什麼（個人的特質或分工的基準何在）。 2.至少有兩次以上的聚會，每次至少半小時。 3.選擇的討論議題及討論的過程（不一定要有結論，呈現出討論的意見，即使是衝突的也很好）。 4.討論時及最後繳交本作業時，必須要將「所選擇的議題如何進行教育或資訊傳播（公共關係）」納入。 繳交日期：4/29 期末報告：必須包括兩個部分（題目自訂）。 ◆以小作業2形成的團體，虛擬設計一個你們想要執行的方案，並且設想可能有影響的因素及對象，自行提出問題及因應對策，即制訂妳／你們的公關策略方案。 ◆請對比任何一個既有的非營利／社工組織的某個危機／轉機事件，和妳	**Syllabus**	

	／你們在第一部分所提出的方案進行比較分析。 繳交期限：期末考當天（6/17） 預定進度： 第一週(2/26)課程介紹 第二週(3/4)公共關係的本質與角色、公關關係種類與應用範圍（搭配閱讀：D.Ch.1&10、E.Ch.1） 第三週(3/11)公共關係運作的相關理論與模式（一）（搭配閱讀：D.Ch.3&4、E.Ch.2&3） 第四週(3/18)公共關係運作的相關理論與模式（二）（搭配閱讀：D.Ch.3&4、E.Ch.2&3） 第五週(3/25)公共關係企劃、訊息策略與媒體策略之規劃（搭配閱讀：D.Ch.7-9、E.Ch.4-6） 第六週(4/1)《非營利組織行銷》第1-3章 *自本週起，每週均會搭配討論和實做 *繳交小作業1 第七週(4/8)《非營利組織行銷》第4-6章 第八週(4/15)期中考，停課一週 第九週(4/22)《非營利組織行銷》第7-9章 第十週(4/29)《非營利組織行銷》第10-13章 *繳交小作業2 第十一週(5/6)《非營利部門研究》第2章：〈非營利中介組織治理之研究：兩岸三地六個個案的跨域觀察〉 第十二週(5/13)《非營利部門研究》第6章：〈台灣第三部門與政府互動的政策分析：新治理的觀點〉 第十三週(5/20)《非營利部門研究》第10章：〈非營利組織社會企業化之研究：以財團法人基金會爲例〉 第十四週(5/27)《非營利部門研究》第11章：〈台灣苗栗「有機稻場」之個案分析〉 第十五週(6/3)期末分組上台報告（一） 第十六週(6/10)期末分組上台報告（二） 第十七週(6/17) 期末考*期末書面報告繳交最後期限		

尊重智慧財產權，請勿非法影印。