

《礼仪与公关》应用型课程改革与实践研究

李亚子

西安培华学院, 中国·陕西 西安 710125

【摘要】为实现应用型人才培养目标,礼仪与公关教学模式必需全面进行课程改革与创新。《礼仪与公关》课程通过改革的探索与实践,在工作过程系统化思路的指导下,课程改革以3类公关情境为载体,4个工作步骤为依托,设计典型的工作任务,用项目任务驱动的方式进行教学,以此实现应用型课改的教学目标。本文全面阐述《礼仪与公关》课程的课程定位、课程设计、课程实施、课程评价,以期培养出符合社会需求的公关礼仪专业人才。

【关键词】礼仪与公关;应用型课程;改革与实践

The Reform and Practice of etiquette and Public Relations Applied Curriculum

LiYazi

Xi'an Peihua University, Xi'an 710125, China

[Abstract] In order to achieve the goal of application-oriented talents training, etiquette and public relations teaching mode must be comprehensively reformed and innovated. The etiquette and the pr course through the exploration and practice of reform, the working process of the systematic thinking, under the guidance of the curriculum reform in three kinds of public relations situation as the carrier, based on 4 working steps, design a typical work tasks, way to teaching, driven by the project tasks to implement practical teaching goal of. This paper comprehensively expounds the course positioning, course design, course implementation and course evaluation of etiquette and PUBLIC relations, in order to cultivate public relations etiquette professionals in line with social needs.

[Key words] Etiquette and public relations; Application-oriented courses; Reform and Practice

1 《礼仪与公关》课程改革的必要性

目前体验式教学、互动式教学等教学方法针对礼仪公关类课程进行,有效的提高了该类课程的教学效率和质量,但仍然有进一步提升的空间。其中表现的最为显著的一个问题就是学生学习理论知识在实际的社交场合仍然不能自然、灵活的加以运用,理论和实践存在一定的脱节。在这种情况下,教师非常有必要研究和探索学生的认知规律、教学方法以及教学模式,积极进行课程改革,从而使该类课程的教学效果得到进一步的提升。^[1]

为实现应用型人才培养目,高校也提出了课程改革的目标,要求课程要以适应行业、职业岗位需要为目标来组织教学,以企业对人才的知识、能力、态度等要求为出发点,以“工作过程系统化理论”为依据全面进行课程改革,以“实践应用”为主旨来重建课程内容体系,以培养学生实践技能和综合素质,体现专业学习服务地方经济,服务产业的特点。

因此在这种情境之下,《礼仪与公关》应用型课程改革势在必行。

2 《礼仪与公关》课程定位

《礼仪与公关》是高校市场营销专业的专业选修课程。本课程是一门研究现代组织与公众之间双向信息沟通与公关礼仪的实践型课程。通过对现代组织公共关系的认知、公关传播的基本理论的阐述和典型案例的分析以及公关项目的实际操练,使市场营销专业的学生树立现代公关意识,掌握针对特定公众的公关传播技巧与方法,提升公关传播能力,掌握公关礼仪知识及礼仪实践。为今后从事的营销、公关管理或其他相关工作奠定理论基础。

通过本门课程的教学,使学生掌握公共关系的基本理论,即公共关系概述、现代公共关系的产生与发展、公共关系的三大要素、组织机构以及公共关系的工作程序、公关礼仪等知识。并重点对公关实务与技巧进行研讨,以使学生对组织形象分析与形象设计、公关交际与自我宣传等有详细的认识,具备实际应用的潜能。按市场营销专业人才培养目标要求,《礼仪与公关》课程需要培养学生专业核心能力包括:品牌传播能力、公关策划能力、公关文书写作能力、公关活动组织能力、危机公关处理能力、公关礼仪实践能力、公关调查能力、公关演讲能力、社交技巧等能力。

3 《礼仪与公关》课程设计

在课程改革之前,教师深入走访企业进行调研与论证,在了解企业对人才的要求后,确定了课改的总体思路与实施方案。课程改革以公关工作任务为导向,以提高学生实践素质为目标,理论知识运用和实践技能的结合统一。按照公关工作内容的难度及复杂性,由易到难,由简单到复杂,由日常公关到危机公关的过程,构建课程的教学体系。课程改革设计思路如下:首先,将公共关系工作由简单到复杂分为3类学习情境,分别是日常型公关、开拓型公关、危机型公关;其次,在每项公关情境下,又设计相应的子学习情境,构建对应的8项公关工作任务,同时梳理4项典型的公关四步工作步骤:公关调查、公关策划、公关实施、公关评估,要求公关任务要按4大工作步骤来开展工作;最后,针对每个工作任务设计相应的工作成果,作为学生任务完成效果的评价指标。

整个课程改革设计3大学习情境,重复4个公关工作步骤,完成8项典型的公关工作任务,重复的是工作步骤,不重复的

是工作内容,通过反复循环和强化工作任务的方式,让学生习得公关工作中的知识和技能,提高学生的综合素质。

整个课程以公关理论与实操技巧为教学内容,变学科体系为工作系统,化“章”、“节”为“项目任务”,重构课程内容为4大项目8个任务。要求学生通过课前预习,了解本课程的主要内容,圈点出疑问点,课堂高效学习,与教师做好课堂互动,做好笔记,课后认真完成任务,阅读教师制定的阅读材料,指导学生运用网络资源、完成教学模块内容。其中实践部分贯穿于理论当中,理论与实践紧密结合,充分调动学生学习的兴趣。具体课程思路见下表1:

表1:《礼仪与公关》课程设计方案

三大学习情境	四步工作法	子情境	典型工作任务	工作学习成果
1. 日常公关	1. 公关调查 2. 公关策划 3. 公关实施 4. 公关评估	1. 员工公关 2. 顾客公关 3. 同行企业公关	1. 员工团建活动策划 2. 顾客满意度调查 3. 企业公关谈判	1. 策划方案 2. 调查问卷调查报告 3. 谈判方案、谈判礼仪
2. 开拓型公关	1. 公关调查 2. 公关策划 3. 公关实施 4. 公关评估	1. 媒介公关 2. 社区公关 3. 政府公关	1. 媒介公关 2. 社区公关 3. 政府公关 1. 新闻发布会 2. 赞助或联谊活动 3. 展览会或庆典活动	1. 发布会流程、新闻稿、礼仪接待 2. 活动策划方案、礼仪接待 3. 活动策划方案、礼仪接待
3. 危机公关	1. 公关调查 2. 公关策划 3. 公关实施 4. 公关评估	1. 内部危机公关 2. 外部危机公关	1. 企业内部危机处理 2. 企业外部危机处理	1. 危机处理方案 2. 危机处理方案

4 《礼仪与公关》课程实施

4.1 教学方法

为培养学生公关传播的专业能力,本课程主要的教学方法及手段有:学生课前预习、课堂讨论、短剧表演、团队演练、翻转课堂、案例教学、小组学习、网络资源、实践教学、多媒体教学、教师指导,师生合作共同达到教学目标。为保证教学质量,师资选用双师型教师讲授课程。

4.2 实施步骤

好的课程需要精心的教学设计,同时也需要教师用心的实施和学生认真的配合,本课程具体实施采用以下步骤:

第一步“组建项目团队(学习小组)”:要求学生5至8人组建一个团队,寻找一家真实的且较为熟悉的本土企业作为依托,团队成员在真实的企业环境下进行课程的学习,真实企业的来源可以是本校的校企合作企业、学生家族企业、学生自主创业企业等等。

第二步“布置工作任务”:教师根据课程改革设计的思路,从3类公关工作情境出发,围绕4大公关工作步骤,结合真实企业情况,给学生布置不同的公关工作任务,并适当作前期项目的引导和讲解,将教学内容置于真实的工作情境中。工作任务具体包括:开展员工团建活动、开展顾客满意度调查、开展企业公关谈判、召开新闻发布会(记者招待会)、召开赞助活动或联谊活动、召开展览会或庆典活动、分析和处理企业内外危机等。

第三步“执行工作任务”:学生团队了解认领工作任务及调研企业实际情况,并制定任务完成执行方案,然后分工协作执行工作任务,在这期间教师对学生任务指导和必要的讲解,针对学生各团队遇到的难题和存在的问题提出合理化建议,帮助各团队顺利完成任务。

第四步“课堂汇报学习成果”。学生通过课堂PPT汇报、上交任务书、提交作品、课堂演练、情景模拟、角色扮演、案例分析等形式呈现学习成果。课堂上进行积极比赛,同学们评论,教师点评总结。

第五步“评价学习成果”。根据评分标准,学生任务完成效果的评价由教师、企业、学生三方评价。教师对各团队工作任务完成情况现场汇报、课堂演练等环节进行检查和评价,真实企业公关工作人员对学生提交的公关方案进行评价,团队组长对团队内成员的表现进行评价,其他团队互相评价。最后各团队小组根据教师、企业公关工作人员提出的修改意见对学习成果进行完善更新,并在课程结束后时提交考核。^[2]

5 《礼仪与公关》课程评价

5.1 课程考核

《礼仪与公关》课程考核遵循过程性考核加期末笔试考核相结合的方式,具体考核方案按照公式:总成绩100% = 过程性考核40%+ 期末考试60%

(过程性考核项目包括:平时考勤15%、项目作业30%、阶段性测试15%、课堂笔记10%、课堂互动及活动表现30%),其中过程性考核学生全程学习的态度和纪律性、学生课堂互动及表现情况、学生阶段性完成作业的情况。

期末笔试检测本门课程最终学习效果。这种考核多方位,较为真实反应学生学习的情况。

5.2 课程评价

课程评价采用多元方式评价:学生用麦可思进行阶段性评价(期中评教)和结果性评价(期末评教)。通过麦可思或蓝墨云班课平台设定即时性评价(随机性评教)。教师同行互评、教学督导评教。学生实践企业评价,全面立体化评价《礼仪与公关》课程改革的教學效果。

6 结论

综上所述,礼仪与公关在人际交往和处理社会关系方面起到了非常重要的作用。礼仪与公关也是公共关系各种职能活动中一个贯穿始末的环节,是为实现组织的目标而服务的。高校的《礼仪与公关》应用型课程改革必须知行合一,落地实践,以工作过程系统化思路整合教学体系和内容,真正培养学时真学真做的本领。在《礼仪与公关》的课程教学中,应运用更加开放性、参与性、互动性、实践性、全面实现理论与实践教学相互辅助,以培养内外兼备型礼仪公关人才。

参考文献:

- [1] 傅明华. 情境模拟法下《公关礼仪》课程的教学方法改革分析[J]. 长江丛刊, 2019 (32).
- [2] 张慧. 基于行动导向和综合素质培养为目标的《公共关系学》课程改革研究[J]. 当代教育实践与教学研究, 2020 (05): 92-93.

作者简介:

李亚子(1980-),女,陕西西安,副教授,硕士,研究方向:营销与公关。