

台灣公關學者對公關策略及其考慮因素看法之研究

王怡雯、姚惠忠

E-mail: 9510672@mail.dyu.edu.tw

摘要

近年來，組織（營利或非營利）對公關部門的賦予重任、公共關係課程在大專院校深耕，以及各式各樣的公關公司成立，在在都顯示了公共關係儼然成為當前社會不可或缺的重要角色。市面上充斥著探討策略的書籍，學術界對於策略的研究更是廣泛，顯示了「策略」的重要性。但何謂「公關策略」？以碩博士論文及期刊論文為例，談及公關策略相關理論者，幾乎無法確切定義出何謂公關策略，涉及策略的討論，也多呈現各本身探討之面向著墨。從文獻的彙整發現缺乏全面性、系統性的公關策略探討。因此，本研究試圖探究公關策略的明確內涵，歸納、整理出台灣公關學者對公關策略及制定公關策略時的考慮因素，希冀能為公關策略下一明確定義。本研究從公關策略文獻的整理，以及十位台灣公關學者的深度訪談，界定出公關策略的定義和內涵。本研究認為：「所謂公關策略，是整個公關方案的最高指導原則，根據公關目標所擬定出一套有效運用資源、順利達成目標的方法或行動。」而本研究也認為，在制定公關策略時至少要從2PM的策略構面思考，包括與誰溝通（publics）、溝通目標（position/ positioning）、溝通內容（message）和溝通媒介（media）的選擇。

關鍵詞：公共關係、公關策略、2PM

目錄

封面內頁 簽名頁 授權書.....	iii	中文摘要.....	iv	英文摘要.....	v
誌謝.....	v	目錄.....	vi	圖目錄.....	viii
x 表目錄.....	x	第一章 緒論 第一節 研究背景.....	xi	第二章 文獻探討 第一節 公共關係.....	1
1 第二節 研究動機與目的.....	1	4 第三節 研究流程.....	4	5 第二章 文獻探討 第一節 公共關係.....	7
7 第二節 策略.....	7	17 第三節 公關策略.....	17	25 第三章 研究方法 第一節 研究設計.....	25
25 第二節 研究對象.....	25	44 第三節 資料蒐集與分析.....	44	45 第四章 研究分析 第一節 策略與公關策略的涵義.....	49
49 第二節 不同公關功能下的公關策略.....	49	57 第三節 2PM 策略下的內涵.....	57	72 第四節 制定公關策略時的考慮因素.....	78
78 第五章 結論與建議 第一節 結論.....	78	85 第二節 管理意涵與未來建議.....	85	93 參考文獻.....	97

參考文獻

1. Strauss & J. Corbin (1997)。質性研究概論（徐宗國譯）。台北：巨流圖書公司。
2. Comelis de Kluyver (2005)。教你學策略（洪瑞璘譯）。台北：台灣培生教育出版。
3. James C. Craig & Robert M. Grant (1994)。策略管理（小知堂編譯組譯）。台北：小知堂。
4. Minzberg H., & Ahlstrand B., & Lampel J. (2003)。策略巡禮（林金榜譯）。台北：商周出版。
5. Paul A. Smith (2000)。行銷基本教練（陳琇玲譯）。台北：臉譜出版社。
6. R. Kumar (2000)。研究方法 步驟化學習指南（胡龍騰、黃瑋瑩、潘中道等譯）。台北：學富文化。
7. Thomas L. Harris (1997)。行銷公關（吳玖琪、蘇玉清譯）。台北：台視文化公司。
8. U. Sekaran (2003)。企業研究方法（祝道松、林家五等譯）。台北：智勝文化。
9. W. L. Neuman (2005)。當代社會研究法 質化與量化途徑（王佳煌、潘中道等譯）。台北：學富文化。
10. 司徒達賢 (1995)。策略管理。台北：遠流出版社。
11. 司徒達賢 (2001)。策略管理新論：觀念架構與分析方法。台北：智勝文化事業股份有限公司。
12. 吳宜蓁 (1998)。議題管理：企業公關的新興課題。台北：正中書局。
13. 吳宜蓁 (2002)。危機傳播：公共關係與語藝觀念的理論與實證。台北：五南圖書。
14. 吳思華 (1996)。策略九說：策略思考的本質。台北：臉譜出版社。
15. 呂建成 (2001)。企業電子化策略方案評選之研究。私立大葉大學資訊管理研究所碩士論文，彰化縣。
16. 居延安 (2001)。公共關係學。上海：復旦大學出版社。
17. 姚惠忠 (2004)。WHATS PR 公關基本教練。台北：威肯公關。
18. 姚惠忠 (2006)。公共關係學：原理與實務。台北：五南出版社。
19. 孫秀蕙 (1997)。公共關係：理論、策略與研究實例。台北：正中書局。
20. 徐木蘭、沈介文、楊君琦 (2000)。菲律賓台商公關策略初探：性之研究。台北：行政院國家科學委員會。
21. 徐木蘭、楊君琦、劉仲矩 (1998)。非營利組織公關策略之研究，民意研究季刊。204 (2)，1-25。
22. 張在山 (2004)。公共關係學。台北：五南書局。
23. 張依依 (2004)。新世紀營銷公關 趨勢 行銷。台北：聯經出版社。
24. 張墩智 (1997)。醫院公共關係運作之研究 以中部醫院為例。中國醫藥學院碩士論文，台中市。
25. 許正昇 (1999)。我國製藥產業經營策略之研究。國立成功大學企業管理研究所之碩士論文，台南市。
26. 彭彥屏 (2003)。加入世界貿易組織我國中醫藥面對大陸衝擊及因應策略之研究。中國醫藥學院醫務管理所碩士論文，台中市。
27. 黃懿慧

(1999a)。西方公共關係理論學派之探討 - 90 年代理論的競爭與辯論, 廣告學研究, 12 (1), 1-37。28. 黃懿慧 (1999b), 公關策略與其效果之關連性研究 行政院 部會與立法院互動關係之探討, (國科會, NSC88-2412-H-004-024), 台北:行政院國家科學委員會。29. 黃懿慧, 林穎萱 (2004)。公共關係之關係策略模式初探:在地與文化的觀點, 新聞學研究, 79 (4), 135-195。30. 臧國仁 (1988)。公關手冊:公關原理與本土經驗。台北:商周文化。31. 劉建順 (2005)。現代公共關係學 整合傳播與公共報導導向。台北:智勝文化出版。32. 鄭承嘉 (2002)。台灣職棒運動公關策略類型及實務問題之研究。大葉大學工業關係所碩士論文, 彰化縣。33. 鄭貞銘 (1999)。公共關係總論。台北:五南出版社。

二、英文部分

1. Ansoff, H. L.(1990). *Implanting Strategic Management*(7th ed). New Jersey: Prentice-Hall.
2. Benson, J. A(1998). *Crisis revisited: An analysis of strategies used by Tylenol in the second tampering episode*. *Central States Speech Journal*, pp49-66.
3. Berneys, E. L.(1952). *Public Relations*. Okla: University of Oklahoma.
4. Bradford, J. L. & Garrett, D. E. (1995). The effectiveness of corporate communicative responses to accusations of unethical behavior. *Journal of Business Ethics*, 14, 875-892.
5. Coombs, W. Timothy(1999). *Ongoing Crisis Communication - Planning, Managing, Responding*. California: SAGE Publication Inc.
6. Cutlip, S. M. & Broom, G. M. & Center, A. H.(2000). *Effective Public Relations* (8th ed). New Jersey:Prentice-Hall.
7. Duncan, T.(2002). *IMC—Using Advertising & Promotion to Build Brands*. New York:McGraw-Hill.
8. Fearn-Banks, K.(2001). *Crisis Communications: A review of some best practices*. In R. L. Heath (Ed), *Handbook of Public Relations*. London: SAGE Publication Inc. 479-486.
9. Grunig, L.A.(1997). *Excellence in Public Relations*. In Heath R.L.(Ed), *The Handbook of Strategic Public Relations & Integrated Communications* New York:McGraw-Hill. 286-300
10. Grunig, J. E. & Hunt T. (1984). *Managing Public Relations*. New York:Holt.
11. Grunig, J. E.(2001a). *Two-Way Symmetrical Public Relations - Past, Present, and Future*. In Heath R.L.(Ed.), *Handbook of Public Relations*. California: SAGE Publication Inc. 11-30.
12. Grunig, J. E.(2001b). *The Role of Public Relations in Management and Its Contribution to Organizational and Societal Effectiveness*. *公關新世紀 理論與實務的探討*. 台北:世新大學。7-26.
13. Grunig, J. E.(2001c). *Building Relationships with Publics: The Next Wave of Research and Evaluation in Public Relations*. *公關新世紀 理論與實務的探討*. 台北:世新大學。50-69.
14. Grunig, J.E. & Repper, F.C.(1992). *Strategic Management, Public and Issues*. In J.E. Grunig (Ed.), *Excellent in Public Relations and Communications Management*. Hillsdale NJ:Lawrence Erlbaum.
15. Hill, W.L. Charles & Gareth R.Jones (1999). *External Analysis: The Identification of Industry Opportunities and Threats*. New York:Houghton Mifflin Company Boston.
16. Jenkins, F.(1983). *Public relations for marketing management*. London : Macmillam Press Ltd.
17. Marra, F. J. (1992). *Crisis Communication Plans: Poor Predictors of Excellent Crisis Public Relations*. *Public Relations Review*, 24(4).461-474.
18. Mintzberg, H. & James B. Q.(1991). *The Strategy Process* (7th ed), New Jersey:Prentice-Hall.
19. Moss, D. & Warnaby G.(2000). *Strategy and Public Relations*. In D. Moss, D. Vercic & G.. Warnaby(Ed.), *Perspectives on Public Relations Research*. New York:Simultaneously Published.64-84.
20. Patton, M. Q. (1990) . *Qualitative Evaluation and Research Methods* (2nd ed.) , Beverly Hills, CA: Sage.
21. Porter, E. M.(1996). *Competitive Strategy-Techniques for Analyzing Industries and Competitor*. New York:Free Press Ltd.
22. Seeger, W. Matthew & Timothy L. Sellnow & Robert R. Ulmer(2001). *Public Relations and Crisis Communication: Organizing and Chaos*. In Heath R.L.(Ed.), *Handbook of Public Relations*. California:SAGE Publication Inc. 155-165.
23. Smith, R.D.(2005). *Strategic Planning for Public Relations*. London:LEA.
24. Wilcox, D.L. & Ault, P. H. & Agee, W. K. & Cameron, G. T.(2000). *Public Relations - strategies and tactics*(6th ed), New York : Addison-Wesley Educational Publishers Inc.