

ThS. Hoàng Xuân Phương

Tác giả cuốn *Phong cách PR chuyên nghiệp*



PR từ chưa biết đến chuyên gia

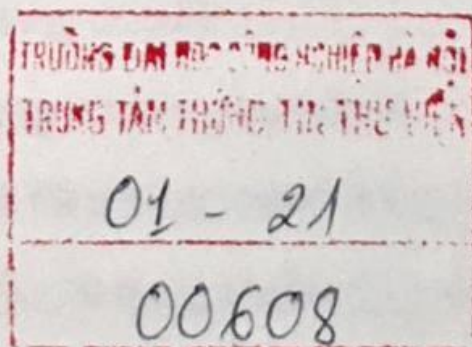


NHÀ XUẤT BẢN
LAO ĐỘNG

THS. HOÀNG XUÂN PHƯƠNG

PR TỪ CHƯA BIẾT ĐẾN CHUYÊN GIA

Nguyễn Thị Lê Vân *biên tập*



NHÀ XUẤT BẢN LAO ĐỘNG



6.1. Giới thiệu 255

6.2. Định nghĩa khủng hoảng 256

6.3. Định nghĩa quản lý khủng hoảng 258

6.4. Phân loại khủng hoảng 259

Lời mở đầu 9

MỤC LỤC

Chương 1

KHÁI QUÁT VỀ PR

1.1. Giới thiệu chương 13

1.2. Định nghĩa PR..... 15

1.3. Những hoạt động không phải là PR?..... 20

1.4. Sự cần thiết của PR..... 22

1.5. Mục tiêu của PR..... 23

1.6. Công chúng của PR..... 26

1.7. Chức năng và công cụ của PR..... 29

1.8. Phân biệt PR với các hoạt động khác..... 41

1.9. Vai trò của PR trong marketing hỗn hợp..... 49

1.10. Kỹ năng và tố chất của người làm PR 51

Chương 2

LỊCH SỬ PHÁT TRIỂN CỦA PR

2.1. Giới thiệu 56

2.2. Những yếu tố hình thành PR..... 57

2.3. Các thời kỳ phát triển của PR 61
2.4. Đào tạo ngành quan hệ công chúng 85

Chương 3

LUẬT PHÁP VÀ ĐẠO ĐỨC TRONG PR

3.1. Giới thiệu 89
3.2. Luật pháp trong hoạt động PR 90

Chương 4

NGHIÊN CỨU PR

4.1. Giới thiệu 128
4.2. Định nghĩa nghiên cứu 129
4.3. Vai trò của nghiên cứu trong quan hệ công chúng.. 130
4.4. Chức năng của nghiên cứu PR..... 133
4.5. Đạo đức trong nghiên cứu PR..... 139
4.6. Các hình thức nghiên cứu quan hệ công chúng 142

Chương 5

LẬP KẾ HOẠCH PR

5.1. Giới thiệu 174
5.2. Lợi ích của việc lập kế hoạch PR..... 175
5.3. Nội dung của bản kế hoạch..... 175
5.4. Phân tích SWOT 189

Chương 6
QUẢN LÝ KHỦNG HOẢNG

6.1. Giới thiệu	255
6.2. Định nghĩa khủng hoảng	256
6.3. Định nghĩa quản lý khủng hoảng	258
6.4. Phân loại khủng hoảng	259
6.5. Truyền thông và khủng hoảng	264
6.6. Các trường hợp quản lý khủng hoảng thành công và thất bại	270
6.7. Quy trình quản lý khủng hoảng	277
PHỤ LỤC.....	300

Lời mở đầu

ĐỐI TƯỢNG BẠN ĐỌC

PR – Từ chưa biết đến chuyên gia là cuốn sách được biên soạn dành cho những ai đang làm trong lĩnh vực PR (hay còn được gọi là quan hệ công chúng) từ cấp bậc nhân viên đến quản lý, các bạn trẻ yêu thích ngành truyền thông nói chung, PR nói riêng, các bạn sinh viên đang theo học ngành quản trị kinh doanh, marketing, PR và quảng cáo, báo chí cùng nhiều sinh viên thuộc các chuyên ngành khác nhưng mong muốn tìm hiểu về ngành PR và công việc của một nhân viên PR.

Cuốn sách này khái quát các nội dung kiến thức của ngành PR từ cơ bản nhất cho đến nâng cao, cũng như mô tả chi tiết các công việc mà một nhân viên PR thường xuyên phải đối mặt hằng ngày, từ đó giúp bạn đọc hiểu rõ và chính xác hơn về ngành quan hệ công chúng. Mục tiêu của chúng tôi khi viết cuốn sách này là nhằm đặt những viên gạch đầu tiên cũng như mang lại một phần kiến thức vững chắc và

khổng lồ về lĩnh vực PR. Bạn đọc có thể tìm thấy trong cuốn sách này những điều cơ bản nhất từ định nghĩa về PR, cho đến những hướng dẫn chi tiết để lập kế hoạch PR và quản lý khủng hoảng của tổ chức. Bên cạnh lý thuyết, cuốn sách **PR – Từ chưa biết đến chuyên gia** còn mang lại nhiều ví dụ thực tế nhằm giúp bạn đọc có thể nhanh chóng ứng dụng vào công việc hiện tại và tương lai.

NỘI DUNG CUỐN SÁCH

Cuốn sách gồm sáu chương, đề cập đến những lý thuyết cơ bản nhất của ngành PR.

Chương Một – Khái quát về PR. Trong chương này, chúng tôi đưa ra định nghĩa PR là gì cũng như mục tiêu, chức năng và công cụ của PR. Bên cạnh đó, chương này còn giúp bạn đọc phân biệt PR với các loại hình khác như quảng cáo, marketing và báo chí vì trên thực tế không ít người nhầm lẫn PR với các hình thức truyền thông khác. Hiện nay, số lượng nhân viên PR ngày càng tăng chứng tỏ sức hút mạnh mẽ của ngành nghề này nhưng không phải ai cũng có thể trở thành một nhân viên quan hệ công chúng thực thụ. Vì thế, chương Một sẽ liệt kê các kỹ năng và tố chất cần thiết của một người làm PR để bạn đọc có thể nắm bắt rõ các yêu cầu công việc của ngành nghề này.

Chương Hai – Lịch sử phát triển của PR. Giống như các ngành nghề khác, PR cũng có lịch sử

hình thành và phát triển. Quá trình này diễn ra tương đối lâu dài và trải qua nhiều giai đoạn thăng trầm. Trong chương Hai, chúng tôi khái quát năm yếu tố quan trọng tác động tích cực đến sự phát triển mạnh mẽ của ngành PR, cũng như giới thiệu và phân tích từng thời kỳ phát triển của ngành quan hệ công chúng.

Chương Ba – Luật pháp và đạo đức trong PR.

Nếu như có ai hỏi đặc điểm nổi bật và quan trọng nhất của ngành PR là gì, thì chúng tôi sẵn sàng trả lời đó là “Luật pháp và Đạo đức”. Đây là hai yếu tố mà bất kỳ một nhân viên PR nào cũng phải “nằm lòng”. Chúng tôi ví hai yếu tố này như “khẩu súng” của các “chiến sĩ”, bởi nếu không được trang bị vũ khí tốt thì người chiến sĩ đó sẽ không tồn tại được trên chiến trường. Tương tự như vậy, là một nhân viên PR mà không có các kiến thức cần thiết về luật pháp và đạo đức thì sẽ không tạo được niềm tin nơi khách hàng và dễ gặp thất bại. Vì lý do đó, chương Ba sẽ cung cấp cho bạn đọc những kiến thức cơ bản và quan trọng về các nguồn luật cũng như những nguyên tắc đạo đức chi phối đến hoạt động ngành PR.

Chương Bốn – Nghiên cứu PR. Chương này tập trung vào những vấn đề liên quan đến nghiên cứu – cốt lõi của ngành quan hệ công chúng. Nghiên cứu là gì, nghiên cứu đóng vai trò như thế nào đối với sự hình thành và phát triển của ngành Quan hệ công chúng, và làm sao để nghiên cứu hiệu quả,... Tất cả

những câu hỏi này sẽ được chúng tôi giải đáp trong chương Bốn.

Chương Năm – Lập kế hoạch PR. Lập kế hoạch PR là công việc thường xuyên và khó khăn nhất mà một chuyên viên PR cấp trung thường phải đối mặt. Trong chương này, chúng tôi giới thiệu đến bạn đọc bố cục của một bản kế hoạch PR, nội dung của từng phần và các cách để lập một bản kế hoạch PR thành công. Ngoài ra, chương Năm còn giới thiệu một số mô hình thường được sử dụng để phân tích tình hình của doanh nghiệp.

Chương Sáu – Quản lý khủng hoảng. Ngoài việc thường xuyên nghiên cứu, tổ chức các sự kiện để quảng bá thương hiệu của công ty, chuyên viên PR cần phải phối hợp với nhân viên thuộc các phòng ban khác để ra các phương pháp quản lý khủng hoảng. Công việc này tưởng chừng như rất dễ dàng nhưng lại vô cùng khó khăn và phức tạp, nhất là khi doanh nghiệp không lường trước được tình huống xảy ra sẽ dẫn đến xử lý chậm chạp. Vì thế chương này giúp bạn đọc – những người đã, đang và sẽ là những nhân viên PR trong tương lai, nhận thức được sự nguy hiểm của thời kỳ khủng hoảng và phân loại các cuộc khủng hoảng, từ đó trang bị thật tốt để ứng phó với các cuộc khủng hoảng ấy.