

名稱 Course Title	危機傳播與議題管理 Crisis Communication and Issue Management		課程 簡 碼 Cou rse No.	CMD-636-01- S1
開課系級 Dept	傳管上海碩二	學分 數 Credit (s)	3	時 數 Hou r(s)
選別 Required or Elective	7-選修	開課 別 Durati on	半年 第一學期	
授課教師 Instructo r	溫偉群			
扣考規定 Attendan ce Policy	不執行扣考 Attendance not compulsory			
中文課程 概要 Chinese Course Descripti on	本課程是以組織對外傳播為主題，兼論組織平時的風險監控與議題管理，以及對可能危機的準備與因應。組織為維護形象，避免危機事件損及聲望及生存，必須具有風險與危機意識，有效掌握環境中議題發展，並採取必要措施影響並管理議題，對於傷害組織形象甚巨的危機事件，組織亦應採取系列措施做好因應準備。危機與議題管理中的傳播面向將是本課程重點。			

<p>英文課程 概要 English Course Description</p>	<p>This course focuses on organizational external communication, topics covered include risk monitoring and issue management as an organization's daily operation, and crisis management during emergency situations. To protect its image, not letting a crisis vitally damage the reputation and chance for survival, an organization must maintain a consciousness of both risk and crisis, effectively keep track of the development of issues in its external environment, and take necessary steps to influence and manage the issues. An organization must also develop crisis plan to face those possible devastating events. The communication related issues will be the main focus of this course.</p>
<p>教學目標 Course Objectives</p>	<p>1. 本課程植基於合西方危機傳播與議題管理之理論與重要案例，討論兩岸企業組織內外溝通之實務。 2. 融合組織對外溝通的學術研究，引導學生發展危機傳播與議題管理的觀點，為相關領域的進階學術論文寫作奠立基礎。</p>
<p>授課方式 Approach to Instruction</p>	<p>理論與概念講授、案例討論、撰寫與發表報告</p>
<p>成績評定 Grading</p>	<p>議題管理報告（40%）、危機傳播報告(40%)、出席與課堂參與(20%)</p>

<p>參考書目 Textbooks and References</p>	<p>1.迪麥爾 (2013) 。《商譽》。中國電力出版社。 (Diermeier, D. [2011]. Reputation rules: Strategies for building your company's most valuable Asset. McGraw-Hill.)</p> <p>2.游梓翔(2000)：《演講學原理:公眾傳播的理論與實際》，五南。第十二章組織演講。</p> <p>3..WHO (2005). Effective media communication during public health emergencies: A WHO handbook.(世界衛生組織媒體溝通手冊)教師提供中文摘譯，可自行下載 http://www.who.int/csr/resources/publications/WHO%20MEDIA%20HANDBOOK.pdf</p> <p>4 Einwiller, S. A., & Steilen, S. (2015). Handling complaints on social network sites : An analysis of complaints and complaint responses on Facebook and Twitter pages of large US companies. Public Relations Review, 41,195–204.</p> <p>5. Long, Z. (2016). Managing legitimacy crisis for state-owned non-profit organization: A case study of the Red Cross Society of China. Public Relations Review, 42, 372–374.</p> <p>6. Ott, L., & Theunissen, P. (2015). Reputations at risk: Engagement during social media crises. Public Relations Review, 41, 97–102.</p> <p>7.Veil, S. R., Reno, J., Freihaut, R., & Oldham, J. (2015). Online activists vs. Kraft foods: A case of social media hijacking. Public Relations Review, 41, 103–108.</p>
<p>週次 Week</p>	<p>進度內容 Syllabus</p>
<p>第1週</p>	<p>課程介紹: 危機傳播與議題管理的概念</p>
<p>第2週</p>	<p>NICE組織對外發言四面向總論</p>
<p>第3週</p>	<p>N-1: 新聞要素與議題管理</p>
<p>第4週</p>	<p>N-2: 新聞要素與議題管理</p>
<p>第5週</p>	<p>議題管理案例討論</p>

第6週	I-1: 形象要素與名譽管理
第7週	I-2: 形象要素與名譽管理
第8週	學員議題管理報告
第9週	學員議題管理報告
第10週	C-1: 危機要素與危機應對
第11週	C-2: 危機要素與危機應對
第12週	危機管理案例討論
第13週	E-1:組織發言與發言實務
第14週	E-2:組織發言與發言實務
第15週	學員危機管理報告
第16週	學員危機管理報告
第17週	整合討論1: 台灣、大陸與西方議題管理比較
第18週	整合討論2: 台灣、大陸與西方危機溝通比較