

2023年公共关系心得体会(大全5篇)

学习中的快乐，产生于对学习内容的兴趣和深入。世上所有的人都是喜欢学习的，只是学习的方法和内容不同而已。我们应该重视心得体会，将其作为一种宝贵的财富，不断积累和分享。以下是小编帮大家整理的心得体会范文，欢迎大家借鉴与参考，希望对大家有所帮助。

公共关系心得体会篇一

公共关系是一门涉及广泛的学科，它不仅仅是传媒行业中的一部分，还涉及到政府、组织、企业等各个领域。在学习公共关系的第一章中，我对这门学科有了更深入的了解，并获得了一些重要的心得体会。

首先，在公共关系的定义方面，我认识到公共关系不仅仅是指企业与媒体之间的互动，更重要的是企业或组织与公众之间的关系。公共关系的目的是通过有效的沟通和互动，建立良好的声誉和关系，以实现组织的长远发展。这使我明白到，公共关系要求我们关注与公众的互动，要善于传递信息，构建互信关系。

其次，在公共关系的基本原则方面，我学到了公共关系的四项基本原则：真实性、一致性、敏感性和回应性。真实性是指公共关系的信息和活动必须真实可信，不得散布虚假信息。一致性是指公共关系的信息和活动必须一致，避免出现自相矛盾的情况。敏感性是指公共关系必须关注公众的需求和期望，及时回应公众的关切。回应性是指公共关系必须及时回应公众的质疑和意见，积极参与争议解决。这些原则被公认为公共关系工作的准则，也是构建良好关系的基础。

第三，公共关系的核心理论是系统论。公共关系是一个复杂而庞大的系统，它涉及到组织的内部环境、外部环境、目标

公众、沟通渠道等诸多要素。在公共关系工作中，需要对这些要素进行综合考量和协调，使各个要素能够协同工作，实现组织的目标。这让我意识到，公共关系的工作需要跨领域的协作，要善于分析和解决问题，具备系统思维能力。

第四，公共关系的策略和战略是实现公共关系目标的关键。作为公共关系工作的核心，策略和战略的制定需要基于对公众需求和期望的深入了解，要综合考虑组织的长期利益和公众的关切点。只有通过制定科学合理的策略和战略，才能在公众中形成良好的声誉和关系。这使我更加明确了公共关系工作的重要性和复杂性，也让我认识到，作为公共关系从业者，需要具备战略思维和谨慎决策的能力。

最后，在公共关系的实践中，持续学习和自我反思是非常重要的。公共关系的环境和需求都是不断变化的，面对各种挑战，我们需要不断学习新知识，不断适应新环境。同时，我们也需要反思自己的工作，总结经验教训，不断改进和提升自己的公共关系能力。公共关系工作需要持续的学习和成长，只有如此才能应对各种挑战。

总之，通过学习公共关系的第一章，我深刻认识到公共关系的重要性和复杂性。公共关系要求我们关注公众需求、注重沟通和互动，要具备系统思维和战略思维的能力。作为公共关系从业者，持续学习和自我反思是必不可少的。我相信，通过不断努力和提高自己的能力，我能够成为一名优秀的公共关系从业者，为组织的发展和社会的进步做出积极贡献。

公共关系心得体会篇二

1、新闻宣传

公共关系主角：江苏黄浦投资有限公司董事长陈光标

2014年6月8日，“两岸民间推动金门三大项目”新闻发布会

在厦门举行。江苏黄浦投资有限公司董事长陈光标在会上致辞。并带着共计十五亿元人民币的现金支票，现场赠予了相关单位。

随后，陈光标带领现场与会嘉宾共同宣读《倡议书》。他说，金厦和平大桥承载两岸人民世代期望，这是一座经济的桥梁，信息的桥梁，更是情感的桥梁。他相信有了这座桥，金门和厦门将联系更加紧密，同时也将更好的加快对于小金门的开发脚步，加速金门的经济发展。同时倡议，金厦两岸人民共同推动两岸经济繁荣发展，共同致富。

会上，台湾光彩促进会荣誉会长、台湾光彩实业有限公司董事长骆宏宾致开幕词，中国民营经济国际合作商会常务副会长、秘书长王燕国，原厦门市旅游局局长彭一万，中国创意策划研究院院长陈放，清华大学规划设计学院博导、教授张杰，台湾大学城乡规划研究所所长夏铸九，和君创业董事长李肃等来自海峡两岸的民营企业家、专家学者、志士仁人集思广益，各抒己见，发表了精彩演讲。社会各界五百余人参加了此次盛会。

2、广告

公共关系主角：本土日化巨头企业纳爱斯集团

从2013年10月开始，“超能女人”概念红遍大江南北；在这场整合营销运动中，超能突破性地对五位“超能女人”的广告进行联播组合，推出90秒长版本广告，而且创新性的采用全媒体组合，在央视、各大地方卫视、网络、户外地铁等全覆盖；更充分利用社会化媒体推出具有丰富价值内涵和正能量的品牌宣传，引发社会广泛的讨论与传播。不仅让社会大众欣赏到“超能女人”的完美风采，更让终端的消费者感受到超能品牌及产品的独特魅力，全国各大超市都出现抢购场面，让超能产品几乎供不应求。

“超能女人”广告对超能品牌与女性的内涵解读，也被《新周刊》、《中国广告》、《华语传媒》等传媒界评为“她时代”到来的引领者。多年来，纳爱斯除了在营销创意方面一直走在前沿，其核心的品牌情怀，是始终坚持人文关怀，始终坚持弘扬社会真、善、美的力量。这股骨子里透出的“正气”，使纳爱斯的营销每每携着一股“公益”性的正能量出现在消费者面前，且总能直击他们的心灵，让消费者“动心更动情”。

此次“超能女人”传播所传递出来的社会情怀也是一脉相承。现如今，女性在社会上的地位越来越凸显，既要在社会上打拼还要全身心经营家庭，对女人来说，实属不易。因此，发起了这样一场活动，将热爱生活、追求完美、不断超越自我的女性都定义为“超能女人”，她们身处各行各业，也许看似平凡，却努力地在自己的领域和家庭做到极致，只有家庭和谐了，社会才会和谐，这恰恰与超能的品牌理念一脉相承。同时，也给所有女性传递一种积极向上的正能量，让超能女人们意识到，只要保持乐观、积极、健康的心态，保持自我灵魂的新鲜美丽，就能更加自信，拥有更广阔的天空和实现自我价值的平台。每一位女性都可以成为超能女人。

3、新闻业务代理

公共关系主角：京东商城

2014年5月21日，京东上市前一天，一个微博名为“孙思远”的网友爆料称，“强东哥和奶茶妹明天要在纳斯达克做一件惊天动地的事情，提前先祝福了。”

随后，关于刘强东将在现场向奶茶妹求婚的消息传得沸沸扬扬。虽然绯闻主角刘强东对绯闻不置可否，他却在上市后顺利成了百亿富豪。回头看，京东的上市路，真是“一天不上头条都难受”。早在3月就有消息称刘强东和“奶茶妹妹”章泽天在哥大坠入爱河。随后双方否认，刘强东甚至在微信宣

称这是阿里巴巴的马云“玩阴的”。没几天，就有人拍到两人的亲密照片，随后两人公开承认，对此网友笑称俩人为“打脸王”。这两天，刘强东“睁眼说瞎话”和“翻脸不认账”被网友们频繁吐槽。

业内人士指出，在京东上市的各个节点都有猛料传出，如将递交ipo招股书、路演、上市前的绯闻等，这一切显然意在为上市造势。

4、问题管理

公共关系主角：新加坡政府

在新加坡炼化设施集中的裕廊岛，当地民众对于岛上的px项目并未表现出任何的惊慌，更未见有人出来抗议。新加坡裕廊芳烃公司的芳烃类产品产能为每年150万吨，其中包括80万吨的px生产。新加坡的px项目怎样做到让民众放心？政府和化工企业又是如何赢得公众的信任？值得深思和研究。

新加坡裕廊芳烃公司价值24亿美元的石化工厂即将投入试运行，该项目建成后，将是世界上规模最大的石化项目，每年可产80万吨对二甲苯(px)目前该项目取得的22亿美元订单。新加坡政府之所以能够赢得公众对涉及危险产品的炼化厂的信任，当地民众能够对新加坡的px项目如此放心，并非一朝一夕之功。首先得益于严格细致的环保措施，以及多个环节的严格监管。当地环保部门对发展规划进行集中控制，保证“环保考量”渗透到相关设施的土地使用规划、开发过程和建筑物管控等各个阶段，不合标准，坚决不予通过。其次，通过多个部门联手参与，引入公众咨询机制，同时也通过标准化安全程序和严格的检查及演习等，提高安全事故的防范和应对意识。再加上日常各种形式的科普宣传为公众答疑解惑，使得任何可能出现的问题都逃不过民众雪亮的眼睛。新加坡公众对于px项目的信任，便是在这一点一滴、长年累月

中逐渐建立起来。

5、院外游说

公共关系主角：惠普公司

惠普公司是全球信息产业的知名公司，中国惠普有限公司是改革开放以来中美之间建立的第一家高科技企业，多年被评为中国十佳合资企业。长久以来，惠普一直致力于中国经济现代化，致力于中国信息产业的发展。90年代后期更率先倡导并投身中小企业的信息化建设，积累了丰富的经验和成功的解决方案。

但是，面对广大的中国中小企业市场，惠普在高科技领域的领导形象及其品牌知名度尚未完全确立，而且还面临竞争对手的挑战。此外，中国的中小企业市场又具有分散性、层次性、多样性和独立性特征，他们对信息化建设的要求多种多样。总之，推进中国中小企业实现信息化是一项长期而宏伟的事业，需要政府、企业及社会各界的共同努力，特别在开始阶段更需要政府的大力支持，需要有适合中小企业的、实用的和完整的解决方案和示范项目。

为此，惠普公司十分希望能在国家经贸委培训司和中小企业的领导下，联合业界同行，群策群力，共同推出“21世纪中小企业信息化建设培训示范项目”，以帮助中国中小企业实现信息化，迎接新世纪的挑战。

为了实行以上目标，惠普制定了以下公关策略：

- 进一步了解中国中小企业在实现信息化进程中所遇到的具体问题，并提出具体的解决方案，为帮助政府全面促进中小企业信息化提供经验并奠定基础。

“21世纪中小企业信息化建设培训示范项目”历时半年，取

得了圆满成功。各方面对项目的评价和反馈是积极而热烈的。

作为项目的主办单位-国家经贸委培训司和中小企业司对整个项目给予高度评价。他们对整个项目的领导和支持，其中包括对项目名称的批准、培训司和中小企业司领导多次出席公关活动并接受媒体采访、发动各地经贸委协助培训及典型经验评选等，都说明他们对项目的重视和认可。他们在总结表彰会上赞扬中国惠普对整个项目的大力支持，表示今后还希望与惠普扩大合作在中小企业信息化建设方面作出更大的成绩。经贸委还将向兄弟单位通报培训示范项目的圆满完成，进一步推广该项目。

中国惠普公司是项目的协办单位，更是整个项目的赞助单位。他们认为这个项目的成功实施具有重要意义，这是我国首次针对广大中小企业，由政府与厂商联合行动共同推进企业信息化建设的重要举措。这个项目历时时间之久、活动之多、工作量之大，是他们始料不及的，而且这个项目最大的挑战性是在于它的独创性，没有任何一个公关活动可以用来参照。通过这个项目，惠普在中国中小企业市场的领导地位得到了确立，与经贸委的关系得到进一步地加强。

媒体方面的反映也令人鼓舞。随着时间的推移以及对项目的深入了解，他们在不同的场合表示惠普的这个项目与其竞争对手相比，独树一帜，更具有创造性。在报道过程中，他们也给予密切的配合，在6个月的时间里，与项目有关的报道达到150多篇，其中多数为来自覆盖全国的深度报道。中央电视台经济类权威栏目《经济半小时》在“总结表彰会”后第二天的黄金时间播出了长达30分钟的专题报道，引起强烈反响。

6、投资者关系

公共关系主角：三泰电子董秘贾勇

2014年5月28日消息，新浪财经首届上市公司评选暨金牌董秘

颁奖典礼今日在北京举行。三泰电子董秘贾勇在“如何做好投资者关系管理(irm)和市值管理”论坛中表示：“和投资者关系管理我觉得核心还是沟通的问题，实际工作中我觉得说一个比较接地气的，六个字“情深深、雨蒙蒙”，“情深深”，我觉得首先要沟通好，自己爱这个企业，要熟悉你公司的业务，恰恰是一个专业董秘或者说一个职业董秘可能会比较欠缺的，会被一个企业边缘化的核心的原因，所以自己要去爱这个企业，不能当成一个工作去做，这是第一个方面。第二个方面，对投资者要用情深，你对他要抱有敬畏之心，不能今天来了、明天跑了，“雨蒙蒙”，可能中国雾霾天气太多了，下点小雨大家感觉愉快，所以要有小雨的心态浇灭投资者心中的雾霾，不要老是雾里看花看不清楚的感觉。我们对投资者“三心二意”的，耐心、三心、细心，“二意”，公司的意志一定要坚定，第二，意向一定要明确。沟通的时候不能说自己都不知道干吗，还怎么做事呢，意志如果不明确，你讲了半天人家不知道你说什么事，只有这六个字的基础上我觉得我们才能做差异化处理。

举个例子，3月份太泰电子遇到了一个危机的事情，出现问题第二天我们马上就邀请了各个媒体到现场，进行现场验证，因为有些资料是不能公开的，他们签了保密协议以后进行现场验证。第二个，马上组织了相关投资者进行了电话会议，组织了两场。第三，马上举办了网络说明会，就是把机构、媒体、散户都要照顾到，都要差异化的处理，因为要保持沟通渠道，散户基本上没有机会说搞一个电视电话会议，人家说我买1万股专门调研一次成本也不合算，所以这个例子也能说明，在我们六个字的基础上怎么样差异化去对待我们的投资者。”

7、组织发展

公共关系主角：嫣然天使基金组织

2009嫣然天使基金慈善晚宴在北京举行，当晚出席的明星阵

容堪比颁奖晚会，可谓今年年末娱乐圈最顶级盛事。

红毯主打“夫妻档”：那英与孟桐、小S与许雅钧、杨澜与吴征等多对夫妇亮相，而李咏、佟大为、莫文蔚、陈奕迅、赵宝刚、赵薇等众多明星也给红毯增色不少。王菲一袭红裙装亮相，携手与李亚鹏压轴走红毯，瞬间引爆全场。

相对王菲的优雅亮相，她的好友刘嘉玲一身黄色唐装助阵，雷倒一片。

当晚共募得现金善款2956万元，物资5000万元，较之上届的2029万元，再创历史新高。最令人吃惊的是，王菲经纪人陈家瑛以300万拍下“胜利之瓶”，这是由王菲的两个女儿设计。王菲和李亚鹏上台感谢，并以亲吻表示祝贺。

嫣然天使基金是由李亚鹏、王菲夫妇倡导发起，在中国红十字基金会的支持和管理下

立的专项公益基金，2006年11月21日正式启动，资助对象为家庭贫困身患唇腭裂的患者。

8、公共事务

公共关系主角：伊利

当城市的孩子享受着美食、玩具、游乐园的快乐之时，偏远山区的孩子却在为安全问题、日常生活问题而迷茫。孩子是祖国的未来，关爱儿童成长，早已成为社会各界讨论的焦点。近期，由伊利发起和主办的公益事业引起了社会各界的广泛关注。提供直接帮助，伊利为“向日葵宝贝”实现心愿。在日前的“传递爱心、关爱向日葵宝贝公益活动”中，伊利集团联合呼市慈善总会、红十字会共同出资10万元，资助100名家庭特别困难的孩子。当天，伊利集团发放了408张心愿卡，征集并认领孩子们的小心愿，进行统计、采购后将礼物发给

小朋友。

搭建成长平台，伊利愿呼唤更多爱心人士。为给孩子们营造更加快乐的成长环境，拉近孩子与家长的距离，伊利集团携手全国妇联心系系列活动组委会举办了“365亲子故事会”公益活动。伊利希望，通过讲故事的形式，让幼儿充分锻炼语言表达能力、形象思维能力、创造编辑能力，增强亲子关系，为家长更好的了解幼儿成长提供指导，让孩子们快乐的成长。

其实，伊利长期在关注儿童成长。“幸福厨房”、“方舟工程”，伊利在需要帮扶的地区，为需要帮助的孩子创造更健康、更安全的成长与学习环境；更重要的是，这种给予并不仅仅局限于牛奶、酸奶、奶粉或图书、书包等等这些和金钱。伊利集团相关负责人表示，伊利所传递的“授人以渔”的公益理念，是伊利搭建社会责任体系中的关键一环。伊利正力图以自身的良好经营、与环境的和谐共处、与社会的多方共赢带动企业公民理念在中国商界的普及。

从“方舟工程”，到关注“向日葵宝贝”，再到举办“365亲子故事会”；从为孩子提供文体器材，到举办活动搭建平台，再到关注他们的成长环境，伊利已将儿童公益的触角伸向了更多的领域。曾有专家表示，伊利的公益行动不仅是对偏远山区的留守儿童及贫困小学的物质帮助，而是结合了“物质给予”、“平台搭建”、“知识传递”等内涵的长效公益。这样的公益模式，能长期持续地能吸引社会各方的参与，真正改变了受益人的生活方式，体现了伊利的“企业温度”。

公共关系心得体会篇三

公共关系学是一门涉及社会中个体、组织及其利益相关方之间相互关系的学科。公共关系学在现代社会中起着重要的作用，帮助组织建立良好的形象，促进信息传播和沟通，解决各种问题和冲突。作为一名公共关系学专业的学生，我深切感受到这门学科的重要性和实用性。在我学习公共关系学的

过程中，我积累了许多宝贵的经验和心得，这些经验和心得对我在未来的职业生涯中将极为有益。

第二段：学到的理论知识的运用

公共关系学的学习不仅仅是理论知识的积累，更是如何将这些知识应用到实际工作中的探索。我学会了如何通过制定合理的沟通策略来达到信息传播的目标；学会了如何根据不同的利益相关方制定并执行有效的公关计划；学会了如何通过危机管理来维护组织的形象等等。这些理论知识的运用让我在实际操作中更加得心应手，更加高效地开展工作。

第三段：团队合作的重要性

在公共关系学的学习过程中，与团队合作是必不可少的。通过与同学们的合作，我深刻体会到团队合作的重要性。团队合作不仅可以提高工作效率，还可以促进成员之间的相互学习和交流，拓宽思维的广度和深度。而且，公共关系工作往往涉及到多个利益相关方的协调和沟通，只有通过团队合作，才能更好地完成这些复杂的工作任务。

第四段：实践经验的积累

公共关系学的学习不仅仅是坐在教室里听老师的讲解，更要通过实践来巩固所学知识和技能。在大学中，我积极参与学校和社会组织的公共关系活动，通过实践提升自己。我参与组织的宣传活动和公关活动，通过与媒体、公众和其他利益相关方的交流，我懂得了如何与不同人群合作，如何处理复杂的情况，更重要的是我通过实践学会了理论与实践相结合的方法和技巧。

第五段：未来的展望和规划

通过学习公共关系学和实践的经验，我愈发坚定了从事公共

关系工作的志向。未来，我希望能够成为一名优秀的公共关系专业工作者，为组织建立良好的形象，为利益相关方提供更好的服务，为社会发展做出自己的贡献。为了实现这个目标，我将继续学习深造，提升自己的综合素质，不断发展和完善自己的专业能力。

总结

学习公共关系学的过程中，我不仅仅获得了专业知识，还学到了团队合作的重要性，积累了实践经验，并树立了未来的发展目标。我相信，在公共关系学的指导下，我将能够在未来的职业生涯中做出更加出色的表现，并为社会做出更为重要的贡献。

公共关系心得体会篇四

公共关系是一门与人沟通和互动的学科，它在当代社会中扮演着至关重要的角色。在学习公共关系的第一章中，我对这门学科有了更深入的了解，并从中获得了一些重要的心得体会。

首先，在学习公共关系的第一章中，我了解到了公共关系的定义和重要性。公共关系是通过与公众建立、维护和改善良好关系，提高组织声誉和公众意识的一种管理实践。它能够增加组织的知名度和信誉度，为组织与各利益相关者之间建立起良好的互动关系。在现代信息时代，公共关系的重要性越来越明显，因为组织需要与公众建立紧密的联系，向公众传递正确的信息，提高公众对组织的认同感和信任度。

其次，在学习公共关系的第一章中，我了解到了公共关系的基本原则。公共关系的基本原则包括真实性、一致性、互动性、适时性和全面性。真实性是指公共关系要建立在真实、准确和可靠的基础上，不得散布虚假信息。一致性是指公共关系要与组织的核心价值观和文化相一致，传递一致的信息。

互动性是指公共关系要与公众进行积极互动，理解公众的需求和意见，并及时做出回应。适时性是指公共关系要根据情境和时机选择合适的沟通方式和内容。全面性是指公共关系要全面地考虑各方面的因素，以有效地管理和传递信息。

第三，我对公共关系的目标和策略有了更深入的认识。公共关系的目标包括影响公众对组织的态度和行为、提高组织在公众心目中的声誉和信任度、促进组织与利益相关者之间的美好互动等。为实现这些目标，公共关系采取了一系列策略，如媒体关系、危机管理、社区关系、员工关系等。通过与媒体建立紧密的联系，组织能够将自己的信息传递给更多的公众。危机管理策略可以帮助组织应对可能出现的危机事件，保护组织的声誉和利益。社区关系策略可以帮助组织与当地社区建立良好的互动关系，促进组织与社区之间的互惠互利。员工关系策略可以提高员工的满意度和忠诚度，增强组织的内部凝聚力和稳定性。

第四，我认识到公共关系需要不断地跟进和适应社会发展。公共关系是随着社会的发展而演变和变化的，它需要和时代保持同步。随着互联网和社交媒体的兴起，公共关系的传播方式也发生了巨大的变化。现代组织需要善于利用新媒体的优势，与公众进行更加直接、高效的沟通。同时，公共关系也需要紧跟社会的变化和趋势，及时进行调整和改进。只有不断适应社会发展，公共关系才能发挥出更大的作用。

最后，我对公共关系的学习方法有了更好的认识。学习公共关系不仅要理论学习，还需要实践和经验积累。通过实际案例的分析和讨论，我能够更好地理解公共关系的概念和原理，同时也能够培养自己的思维和实际操作能力。在学习过程中，我还参与了一些公关相关的活动和实习，这些实践经验对我提高了实际操作能力和解决问题的能力。

综上所述，学习公共关系的第一章让我对这门学科有了更深入的了解，并获得了一些重要的心得体会。公共关系是一门

与人沟通和互动的学科，在现代社会中具有重要的作用。通过学习公共关系的基本原则、目标和策略，我认识到公共关系需要真实、一致、互动、适时和全面，在与时俱进的同时不断适应社会的变化。通过学习公共关系的方法，我认识到理论学习和实践经验并重的重要性。希望通过今后的学习和实践，我能够更加深入地理解和应用公共关系的知识，为我未来的职业发展打下坚实的基础。

公共关系心得体会篇五

大三即将毕业，有幸学习了《公共关系》这门课，在刘老师的带领下，我们的公共关系学这门课终于完满的落下了帷幕。

在这短短的一个学期里，刘老师以其认真负责的态度以及生动活泼的授课方式把我们带到了一片未知的领域之内，更让我们领略到了公共关系学的高深之处。

自从开始学习公共关系这门课，我就清醒的认识到“知识如果只停留在‘道听途说’的阶段，那么这种知识在我们脑中留下的必然是错误的认知”。

系。然而，第一节课刘老师就把公共关系学与我们之前所了解到的社会上的“公关”区分开来，拂去了一直笼罩在我们心头上的片片公关迷雾。

事实上，公共关系是一个社会组织在运动中，为使自己与公众相互了解、相互合作而进行的传播活动和采取的行为规范。通过公共关系学的学习我们可以知道，公共关系的目的是要与公众中的大多数建立并保持良好关系。而由于公共关系的涵盖面非常广，因此实现这种良好关系的方法与途径是多方面的，可以是组织传播，可以是人际接触，也可以是传媒影响或者是其他组织性形象表现形式等等。归根结底这些都是出于改善公众舆论，创造美誉，为组织建立和保持令人满意的声望。因此我们可以理解为，公共关系并非处于社会企

业当中，事实上是任何人都离不开公共关系的。对于企业来说，良好的公共关系意味着形象和信誉。但是，随着社会的发展，公众的自发活动，已形成一股潜在的、独立的社会势力，其能量与作用足以与组织对峙，并有可能对有关组织经营决策产生直接影响。任何处于公共关系当中的个人，其关系网络都有可能影响到一个整体。

我们学习公共关系学，是一门与自我发展密切相关的学科，研究公共关系学对每一个人都具有重要意义。

在这门课程的学习上，我们还着重学习了危机公关的处理。刘老师为了能让我们对公共关系理论有更加透彻的理解，并且能真正作用于实际生活中，于是让我们自由组队策划一场危机公关活动，选题有这几种：明星粉丝见面会、新品发布会、危机事件处理策划等。

在这些自选题实际活动组织中，我们作为危机公关的主策划者，真正体验到危机公关在生活中无处不在，特别在新兴媒体出现的今天，我们不能拘泥于一种处理形式，而应该灵活运用。这次学习因为受到一些因素的限制，或许在有很多细节我们考虑的不周全，但是总体上对于我们的应变能力、处理问题的组织能力都有了很大的促进和提高。而且，危机事件本来就是不可避免的，学习危机公关处理，对于我们年轻一代来说，它富有挑战性，是一项充满激情的事业。许多的实际案例，都令我们受益良深。虽然在危机的处理回个应对方面，我们都是新手，完全没有经验，可是却形成了一种直观的认识，在处理某项具体事务之前，我们都能做两手的准备，在有准备的积极心态下，危机都只会是挑战而已。

如果公共关系仅仅停留在理论上那无疑会是一种枯燥感觉，还好我们的公共关系学刘老师就在本学期的课堂上尽了很大的努力让我们每一节课都上的有意义，有所收获。

这也是我们本学期学习公共关系学的不菲收获。总的来说在

本学期的公共关系学习上，我们在知识储备和思想方面都得到了提升。感谢刘老师带给我的这些美好回忆。

公共关系是一门高深的学问，学好不易，在现实生活应用妥当更为不易。虽然课堂学习结束了，但“公关”还得继续，挑战就在不远的前方，我将用我学到的所有，直面未来，迎接挑战，并从挑战中继续充实武装自己，为以后当一个出色的广告人乃至广告经营者储备坚实的点子库。