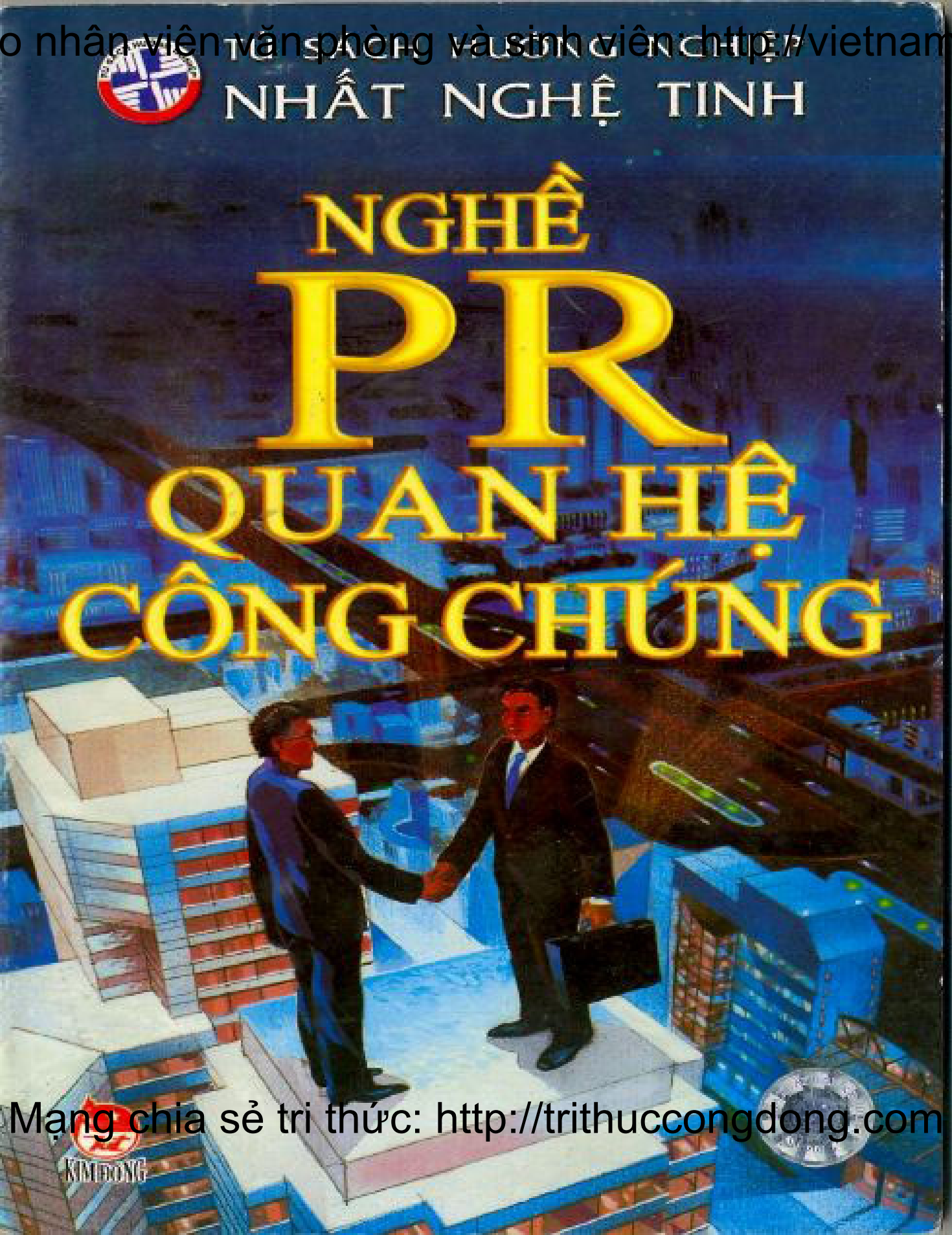
o nhân viên văn phòng và sinh viên: http://vietnam

TỦ SÁCH VƯỜN CHUỆ

NHẤT NGHỆ TINH

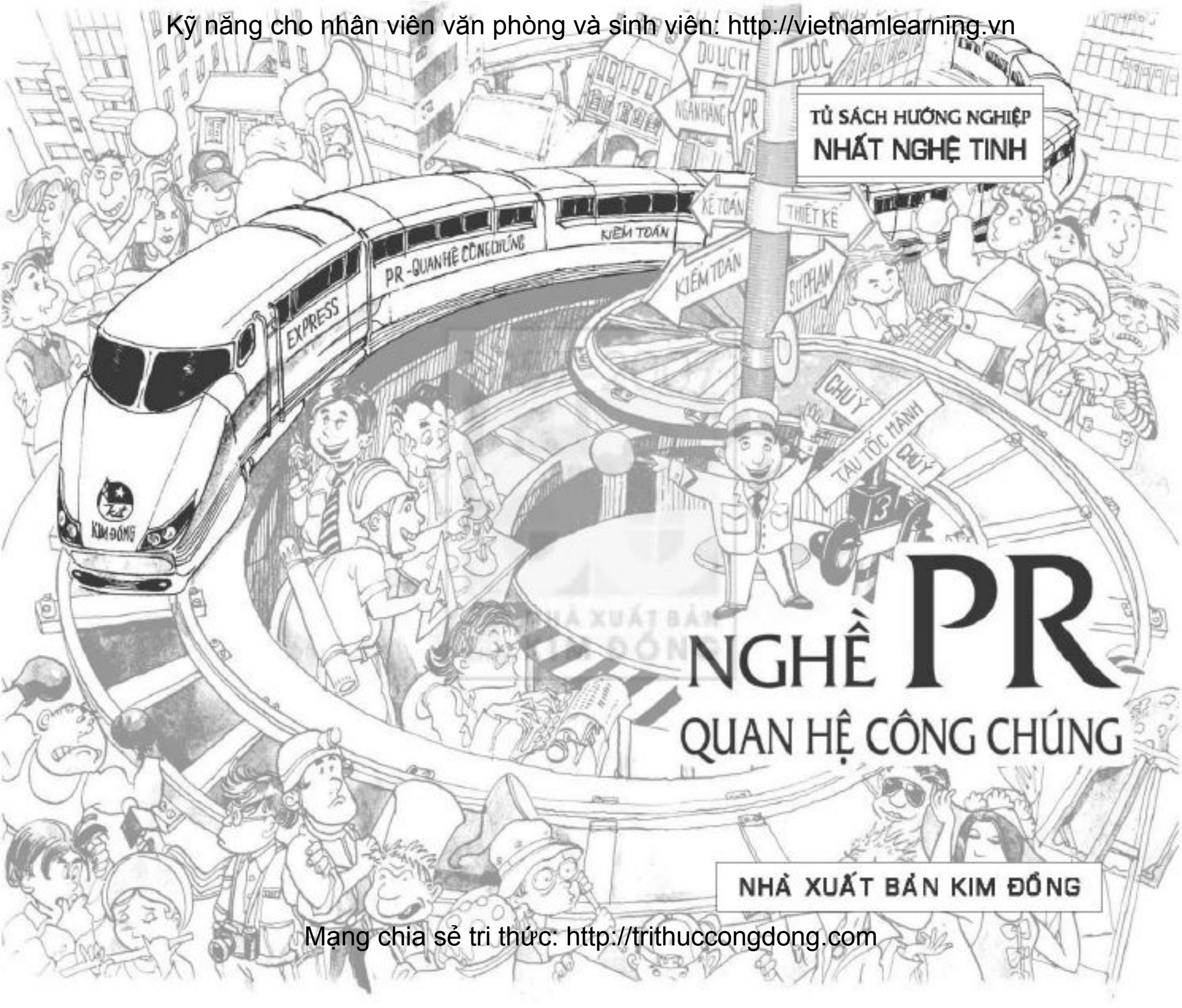
NGHỀ PR QUAN HỆ CÔNG CHÚNG



Mạng chia sẻ tri thức: http://trithuccongdong.com

KIM ĐỒNG

Kỹ năng cho nhân viên văn phòng và sinh viên: http://vietnamlearning.vn



TỦ SÁCH HƯỚNG NGHIỆP
NHẤT NGHỆ TINH

NGHỀ PR
QUAN HỆ CÔNG CHÚNG

NHÀ XUẤT BẢN KIM ĐỒNG

Mạng chia sẻ tri thức: http://trithuccongdong.com

Kỹ năng cho nhân viên văn phòng và sinh viên: http://vietnamlearning.vn

TOA TÀU SỐ 1

NGHỀ PR
QUAN HỆ CÔNG CHÚNG

MỤC LỤC

- Lời ngỏ 5
- Hàng ghế số 1 - Câu chuyện PR 8
- Hàng ghế số 2 - PR là gì? 13
- Hàng ghế số 3 - Nhân viên PR làm gì? 18
- Hàng ghế số 4 - Nhân viên PR làm việc ở đâu? 26
- Hàng ghế số 5 - Những lý do để bạn chọn PR 27
- Hàng ghế số 6 - Những tố chất giúp bạn thành công khi bước vào PR 30
- Hàng ghế số 7 - PR - học ở đâu? 36
- Hàng ghế số 8 - Bạn quyết định 38
- Hàng ghế số 9 - Bạn muốn biết 41
- Góc chia sẻ 59

Copyright © by Kim Dong Publishing House
Tác phẩm do Nhà xuất bản Kim Đồng giữ bản quyền

Nhất nghệ tinh...

Hàng năm, mỗi độ hè đến, lại có hàng triệu bạn đọc Kim Đồng đứng trước ngưỡng cửa các trường đại học, cao đẳng và trung học chuyên nghiệp với câu hỏi: Mình nên thi vào trường nào nhỉ? Nên chọn ngành nghề nào cho phù hợp đây?

Ngày nay, khi sự phát triển của xã hội kéo theo sự mở rộng và biến đổi của các ngành nghề, việc chọn nghề đang trở nên khó khăn hơn bao giờ hết. Các bạn trẻ không chỉ dựa vào sự tư vấn từ phía nhà trường, cha mẹ... mà còn cần một cẩm nang với những chỉ dẫn cơ bản, làm tiền đề cho sự lựa chọn chính xác. Với sự tham gia của các chuyên gia trong từng lĩnh vực, **Tủ sách hướng nghiệp - Nhất nghệ tinh** của Nhà xuất bản Kim Đồng ra đời với mong muốn đáp ứng phần nào nhu cầu cấp thiết ấy.

Mỗi cuốn sách được kết cấu như một toa tàu, mỗi toa tàu là một nghề trong đoàn tàu hướng nghiệp song hành cùng bạn trên hành trình vào tương lai. Ngay từ khi còn ngồi trên

Mạng chia sẻ tri thức: http://trithuccongdong.com

Kỹ năng cho nhân viên văn phòng và sinh viên: http://vietnamlearning.vn

ghế nhà trường, các bạn đã có thể chủ động tìm hiểu về các ngành nghề đa dạng, phong phú trong xã hội. Qua từng hàng ghế, bạn sẽ biết nghề đó là gì, làm việc ở đâu, cần những tố chất gì, đào tạo ra sao...

Ngoài ra, phần *Góc chia sẻ* còn cung cấp những trao đổi, giải đáp cụ thể hơn về các ngành nghề, phương pháp hiệu quả để lựa chọn nghề nghiệp, cũng như những chia sẻ, nhận xét của chính các bạn...

Tất nhiên, dù là ai chăng nữa, cũng không bao giờ đưa ra được những chỉ dẫn, góp ý cụ thể cho từng trường hợp. Bởi vậy, khi xây dựng tủ sách này, chúng tôi chỉ có một mong ước là các bậc phụ huynh, các bạn học sinh, sinh viên có thể tìm kiếm ở nơi đây những thông tin có ích cho mình. Và nếu như những thông tin ấy thực sự có ích trong hành trang của các bạn trên đường đi tới thành công trong nghề nghiệp, thì đó chính là niềm vui lớn của chúng tôi.

Nhà xuất bản Kim Đồng xin chân thành cảm ơn sự ủng hộ và cộng tác nhiệt tâm của các vị cộng tác viên để bộ sách được ra mắt bạn đọc.

NHÀ XUẤT BẢN KIM ĐỒNG

PR là 90 phần trăm sự thật và 10 phần trăm nói về nó.

Arthur William Page

PR (Pi-a) là một nghề mới mẻ và năng động. Với giới trẻ tại nhiều nước, đây là một trong những sự lựa chọn hàng đầu để gây dựng sự nghiệp. Còn tại Việt Nam, hiện có không ít cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp cần người làm công việc này mà không biết tìm ở đâu.

Dù đã là một ngành công nghiệp hùng mạnh trên thế giới, nhưng PR còn rất mới ở nước ta. Bạn có thể sẽ là một trong những chuyên gia Việt Nam tiên phong về lĩnh vực này. Và biết đâu tên bạn sẽ nằm trong lịch sử của PR Việt Nam.

Đào tạo về PR tại Việt Nam mới đang có những bước khởi đầu, nhưng ngay cả ở các cường quốc về PR, bạn cũng không nhất thiết phải có tấm bằng PR để bắt đầu sự nghiệp.

Nếu bạn là người năng động, thích giao thiệp, hãy khám phá *Toa tàu số 1*:

NGHỀ PR - QUAN HỆ CÔNG CHÚNG

Mạng chia sẻ tri thức: http://trithuccongdong.com

Kỹ năng cho nhân viên văn phòng và sinh viên: http://vietnamlearning.vn

HÀNG GHẾ SỐ 1

CÂU CHUYỆN PR

Ở hàng ghế đầu tiên này, bạn sẽ gặp Edward Bernays, một trong những người được mệnh danh là "cha đẻ của PR". Tên tuổi của E. Bernays gắn liền với những bài học mà bất cứ nhân viên PR thực thụ nào cũng coi như "cẩm nang gối đầu giường".

Chúng ta sẽ bắt đầu hành trình qua thế giới của PR với một vài câu chuyện thú vị về những kì tích của Bernays trong vai trò một chuyên gia PR.



Làm thế nào để bán xà phòng cho trẻ em?

Bạn sẽ thật khó chịu nếu phải tắm mà không có xà phòng?

Nhưng nước Mỹ năm 1923, trẻ em rất sợ thứ bọt cay và rát ấy. Công ty xà phòng Protect and Gamble (P&G) tất nhiên chẳng thích điều này chút nào.

Trong chiến dịch quảng cáo cho sản phẩm xà phòng Ivory, P&G đặt ra mục tiêu đưa được sản phẩm mới tới đối tượng là các em nhỏ. Tuy nhiên, những lời nói suông hay vài mẩu quảng cáo trên báo không dễ hấp dẫn các nhóc khó tính. Phải làm sao đây?

Nhiệm vụ khó khăn này được giao cho Edward Bernays, lúc này đang là chuyên gia PR của P&G.

Sau một loạt nghiên cứu kỹ lưỡng về thị trường và tâm sinh lý trẻ nhỏ, Bernays hiểu rằng trước hết phải thay đổi quan niệm của trẻ nhỏ về xà phòng, và không gì đạt được mục tiêu này nhanh chóng hơn những trò chơi.

Mạng chia sẻ tri thức: http://trithuccongdong.com

Kỹ năng cho nhân viên văn phòng và sinh viên: http://vietnamlearning.vn

Cuối cùng, Bernays đã có kế sách độc đáo:

Cuộc thi điêu khắc quốc gia dành cho trẻ em trên xà phòng trắng không mùi hương Ivory.

Đây là một cuộc thi rất quy mô với sự quảng bá nhiệt tình của giới báo chí. Những tác phẩm đạt giải sẽ được gửi tới trưng bày tại New York.

Trên thực tế, các "nhí" đang tham dự một trò chơi có thưởng với xà phòng. Cuối cùng, các em cũng phát hiện ra xà phòng, nhất là xà phòng trắng không mùi hương Ivory của P&G



Những tác phẩm điêu khắc được làm từ xà phòng

không những chẳng đáng sợ chút nào mà còn rất dễ thương

Kết quả: cuộc thi thành công rực rỡ và trẻ em đã yêu thích xà phòng, đặc biệt là Ivory. Các ông bố bà mẹ và công ty xà phòng đều hài lòng.

Trong suốt hơn 20 năm, cuộc thi này được tổ chức như một hoạt động thường niên, thu hút hàng triệu học sinh trên khắp nước Mỹ tham gia.

Kinh nghiệm của Bernays:

Muốn trẻ em yêu hơn sản phẩm của mình, trước hết cần phải hiểu và yêu mến các em.

Vì sao người Mỹ không còn ghét balê ?

Đầu thế kỷ XX, nước Mỹ tự do ngày nay lại là một xã hội bảo thủ. Người Mỹ không xem balê, lý do là trang phục của diễn viên trên sân khấu... không kín đáo. Vì thế, họ chẳng biết chút gì về balê cả.

Trong hoàn cảnh đó, một đoàn balê của Nga quyết định sang Mỹ công diễn. Edward Bernays được gửi gắm trọng trách chuẩn bị về tư tưởng cho công chúng Mỹ. Đây hầu như là

Mạng chia sẻ tri thức: http://trithuccongdong.com

Kỹ năng cho nhân viên văn phòng và sinh viên: http://vietnamlearning.vn

điều không tưởng. Cần mất cả chục năm để thay đổi một thành kiến như thế của xã hội.

Bernays, là một chuyên gia PR hàng đầu, đã hoàn thành công việc chỉ trong vài tháng.

Qua báo chí, ông liên tục giới thiệu với công chúng Mỹ về nghệ thuật balê với những nét đặc sắc, hấp dẫn. Thậm chí trong những bức vẽ minh họa, ông đã khéo léo kéo dài váy các diễn viên nữ xuống gần chấm đầu gối.....

Sau rất nhiều những nỗ lực như vậy, đoàn balê Nga đã thành công vang dội... Và tất nhiên công đầu thuộc về Edward Bernays, người đã kéo công chúng Mỹ tới rạp xem biểu diễn balê.

Không chỉ đem lại thành công cho đoàn balê của Nga, chính Bernays đã giới thiệu tới nước Mỹ một môn nghệ thuật đầy hấp dẫn.

Kinh nghiệm của Bernays:

Trước khi muốn công chúng yêu mến, hãy khiến họ hiểu mình đã.

HÀNG GHẾ SỐ 2

PR LÀ GÌ?

PR - viết tắt của Public Relations, chưa có cách chuyển dịch thống nhất thuật ngữ sang tiếng Việt. Tuy nhiên, bạn có thể tạm gọi là *Quan hệ công chúng* như Khoa Báo chí (Trường Đại học Khoa học Xã hội & Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội) hoặc theo cách gọi thông dụng hiện nay là *Pi-a* (phiên âm của hai chữ viết tắt PR trong tiếng Anh).

Nếu một năm có 365 ngày thì có tới... 3650 định nghĩa về PR. Từ những lời dạy đầu tiên trong Kinh thánh:

"Hãy làm điều tốt và hãy kể về nó, chớ quên!"

(To do good and to communicate, forget not)

Cho đến cách mô tả của E.Bernays về công việc người làm PR là *cung cấp thông tin cho công chúng và thuyết phục công chúng, nỗ lực thống nhất thái độ hành động giữa một tổ chức với công chúng và ngược lại, giữa công chúng với tổ chức.*

Dù được diễn giải theo cách nào, tựu chung lại, bạn có thể hiểu:

Mạng chia sẻ tri thức: http://trithuccongdong.com

Kỹ năng cho nhân viên văn phòng và sinh viên: http://vietnamlearning.vn



PR là những nỗ lực một cách có kế hoạch, tổ chức của một cá nhân hoặc tập thể, nhằm thiết lập và duy trì mối quan hệ cùng có lợi với đông đảo công chúng của nó. Một cách ngắn gọn, có thể hiểu PR là xây dựng, duy trì và phát triển những mối quan hệ tốt đẹp. Cơ sở chủ yếu của hoạt động PR là cung cấp thông tin cho công chúng, xây dựng thông tin hai chiều giữa công chúng và tổ chức, tạo nên sự hiểu biết và ủng hộ của công chúng. Hoạt động PR bởi vậy gắn chặt với các phương tiện truyền thông đại chúng.

PR làm việc cho ai ?

PR làm việc cho *các công ty, tổ chức, cơ quan, ban ngành và bất cứ cá nhân nào có nhu cầu giành được sự hiểu biết và ủng hộ của công chúng...*

PR hướng tới ai ?

PR hướng tới một hoặc nhiều nhóm xã hội rộng rãi có liên quan đến doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân... đang sử dụng dịch vụ PR.

Những nhóm này được gọi chung là *công chúng (publics).*

Công chúng của PR gồm hai dạng chính:

* *Công chúng nội bộ* là những người ở trong công ty, tổ chức...

* *Công chúng bên ngoài* là những cá nhân hoặc nhóm ở bên ngoài nhưng có ảnh hưởng đến công ty, tổ chức....

Ví dụ trường học của bạn có công chúng nội bộ là thầy cô giáo, học sinh, văn thư, tài vụ, bảo vệ... và công chúng bên ngoài là phụ huynh học sinh, báo chí, Bộ - Sở Giáo dục và Đào tạo, các trường học khác...

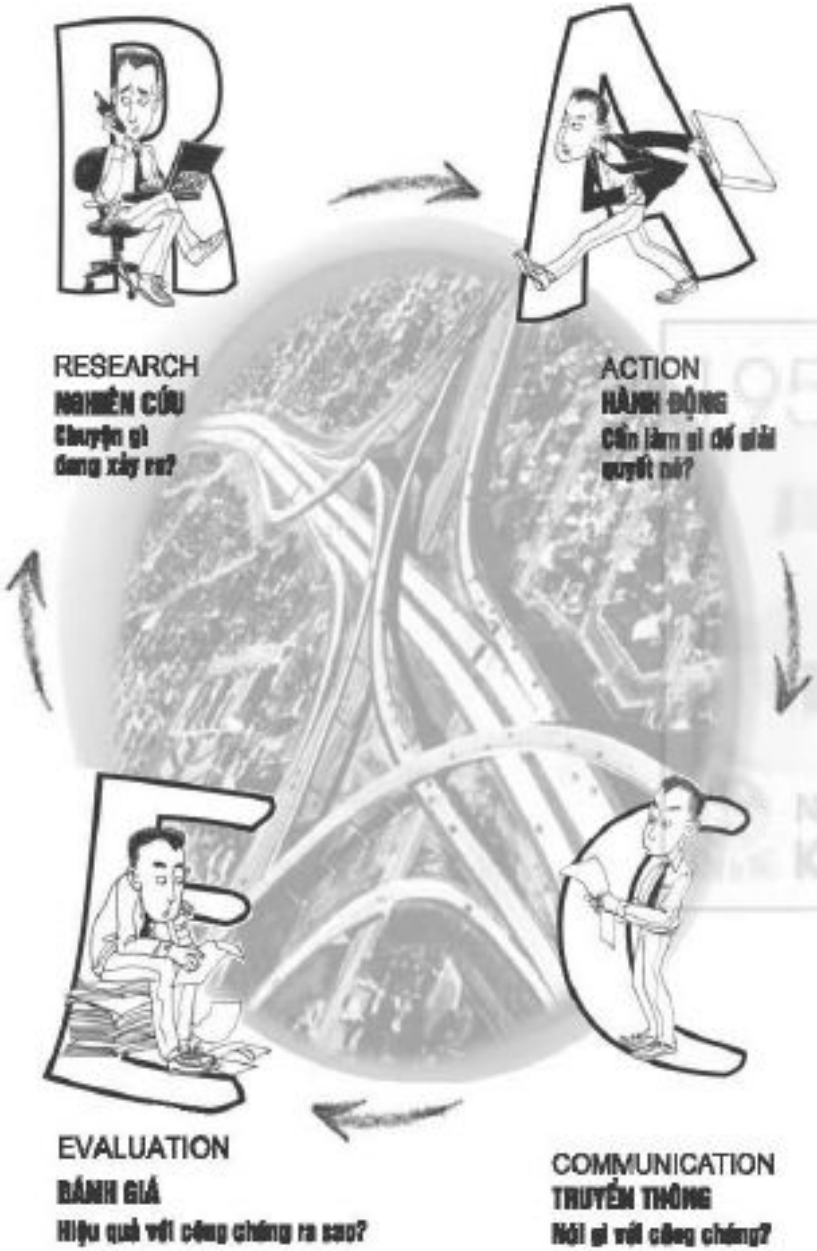
PR làm gì ?

PR cung cấp thông tin cho công chúng, thiết lập mối quan hệ hai chiều giữa công chúng và tổ chức, cơ quan, doanh nghiệp... Chức năng cơ bản của PR được thâu tóm trong bốn chữ:

RACE

Mạng chia sẻ tri thức: http://trithuccongdong.com

Kỹ năng cho nhân viên văn phòng và sinh viên: http://vietnamlearning.vn



PR làm như thế nào ?

Người làm PR luôn thực hiện công việc của mình với nguyên tắc 5 F:



5 F	
FAST:	NHANH CHÓNG
FACTUAL:	CHÂN THỰC
FRANK:	THẲNG THẮN
FAIR:	CÔNG BẰNG
FRIENDLY:	THÂN THIỆN

PR không phải là quảng cáo

* Quảng cáo nói: "Tôi là người tốt".

PR khiến người ta nói: "Bạn là người tốt".

* Quảng cáo có thể mua được.

PR chỉ có thể giành được bằng nỗ lực.

* Quảng cáo nhằm bán sản phẩm.

PR thiết lập thông tin hai chiều để đo ý kiến của công chúng về sản phẩm, tạo hình ảnh đẹp về thương hiệu, sản phẩm..., qua đó giành được sự chấp nhận và yêu mến của khách hàng.

Mạng chia sẻ tri thức: http://trithuccongdong.com

Kỹ năng cho nhân viên văn phòng và sinh viên: http://vietnamlearning.vn

HÀNG GHẾ SỐ 3

NHÂN VIÊN PR LÀM GÌ ?

Bạn có thể đi một vòng thế giới, nhưng không bao giờ in được hết dấu chân mình trên khắp vương quốc mênh mông của PR. Có nhiều loại hình PR khác nhau như PR phát triển kinh doanh, PR quảng bá tên tuổi, PR quản trị khủng hoảng...

Mỗi loại hình PR có những nét đặc trưng riêng. Tuy nhiên, công việc của người làm PR gồm những nhiệm vụ chủ yếu sau:

Lên kế hoạch, chương trình (Programme Planning)

Trên cơ sở phân tích những thách thức và cơ hội, xác định mục tiêu cụ thể, người làm PR đề xuất và lập kế hoạch hoạt động, sau đó đánh giá hiệu quả của chúng.



Để hoạt động PR đạt được hiệu quả mong muốn, đồng thời có khả năng giải quyết những vướng mắc nảy sinh, việc lên kế hoạch, chương trình (Programme planning) là một khâu thiết yếu trong lịch trình công việc bất cứ nhân viên PR nào.

Tuỳ thuộc vào mục đích, chiến lược, sách lược cụ thể, một kế hoạch PR thường gồm các bước sau đây:

* Nghiên cứu, đánh giá tình hình.

* Xác lập mục tiêu của chương trình PR.

* Xác định các nhóm công chúng cần hướng tới trong chương trình.

* Quyết định lựa chọn các phương tiện truyền thông nào.

* Hoạch định về ngân sách.

* Đánh giá hiệu quả của chương trình.

Soạn thảo và biên tập (Writing and Editing)

Với PR, văn bản là công cụ thường xuyên nhất để chuyển tải thông điệp tới công chúng. Các loại văn bản nhân viên PR phải thực hiện hàng ngày rất đa dạng, gồm những bản thông cáo báo chí, tài liệu báo chí, báo cáo dành cho cổ đông, báo cáo thường niên, bản tin nội bộ...

Mạng chia sẻ tri thức: http://trithuccongdong.com

Kỹ năng cho nhân viên văn phòng và sinh viên: http://vietnamlearning.vn

Bởi vậy, ngay từ khâu tuyển người, các nhà lãnh đạo của cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp thường đòi hỏi ứng viên cho công việc PR phải có kỹ năng nói và viết tốt, thành thạo trong việc soạn thảo và biên tập, xử lý các loại văn bản có liên quan. Đây cũng là điều kiện thuận lợi cho những người đang học hoặc làm trong khu vực báo chí khi có ý định chuyển sang PR.



▸ Thiết kế và sản xuất (Production)

Bên cạnh việc soạn thảo tài liệu, công việc của người làm PR, dù là PR nội bộ hay trong các công ty PR độc lập còn luôn gắn liền với việc thiết kế, sản xuất những cuốn niên giám, các bản báo cáo, phim tài liệu, các chương trình truyền thông đa phương tiện...

Bởi vậy, một nhân viên PR chuyên nghiệp và giỏi giang cần có kiến thức và kỹ

năng cơ bản, cập nhật về thiết kế và sản xuất chương trình, biết xây dựng mối quan hệ tốt, hiểu biết với các nhà thiết kế trong và ngoài tổ chức.



▸ Quan hệ với giới truyền thông (Media Relations), theo dõi thông tin trên báo chí

J. M. Kaul, một chuyên gia PR của Ấn Độ đã tổng kết rằng: *"Mọi người nhìn chúng ta như thế nào là tất cả nội dung hoạt động PR của chúng ta. Việc này lại phụ thuộc rất lớn vào việc các phương tiện truyền thông đại chúng nói về chúng ta như thế nào"*.

Quan hệ với giới truyền thông (Media Relations) là một phần quan trọng trong hoạt động PR của bất cứ cơ quan, tổ chức nào. PR thiết lập và phát triển một mối quan hệ hợp tác tốt đẹp với giới báo chí. Người làm PR có nhiệm vụ liên tục cung cấp thông tin cập nhật nhất về cơ quan, tổ chức của mình hoặc khách hàng tới báo chí. Công việc này bao gồm những hoạt

Mạng chia sẻ tri thức: http://trithuccongdong.com

Kỹ năng cho nhân viên văn phòng và sinh viên: http://vietnamlearning.vn

động như soạn thảo và phát thông cáo báo chí, họp báo, tổ chức các buổi gặp mặt...

Điểm báo (theo dõi thông tin trên báo chí) cũng là một phần quan trọng trong hoạt động PR. Một nhân viên PR chuyên nghiệp phải liên tục duy trì và phát triển hình ảnh của công ty mình thông qua quảng cáo và việc xuất hiện thường xuyên trên các phương tiện thông tin đại chúng.

Truyền thông (Communication)

"PR là nghệ thuật biết kể hấp dẫn một câu chuyện hay" như một danh nhân PR từng nói. Vì vậy, truyền thông (Speaking) là một phần không thể thiếu của hoạt động PR.

Qua các cuộc họp, diễn thuyết, ra mắt sản phẩm..., PR cố gắng đưa ra những thông điệp một cách hiệu quả tới từng nhóm công chúng riêng biệt để đạt được mục tiêu nhất định.

Một trong những nội dung cơ bản của hoạt động PR là *cung cấp thông tin cho công chúng, xây dựng mối quan hệ hai chiều giữa công chúng và tổ chức*. Chính vì vậy, truyền thông đóng một phần quan trọng trong công

việc PR của một cơ quan, tổ chức.



Nhiệm vụ này đòi hỏi người làm PR phải có những kỹ năng diễn đạt, đồng thời phải hiểu biết thấu đáo về tâm lý và nhu cầu của các nhóm công chúng khác nhau trong xã hội.

Lên kế hoạch và thực hiện những sự kiện đặc biệt (Special Events)

Trở thành một nhân viên PR chuyên nghiệp cũng có nghĩa là bạn luôn phải lên kế hoạch và tổ chức, điều hành những hoạt động mà người làm trong lĩnh vực PR thường gọi là *tổ chức sự kiện (event)*.

Các sự kiện rất phong phú, từ các buổi hội nghị, triển lãm, những lễ kỉ niệm, cuộc thi, giải thưởng, cho đến những lễ ra mắt sản phẩm mới, những buổi họp báo...

Những hoạt động này được tiến hành nhằm nhiều mục đích khác nhau như thu hút sự chú ý của các nhóm công chúng đặc biệt nào

Mạng chia sẻ tri thức: http://trithuccongdong.com

Kỹ năng cho nhân viên văn phòng và sinh viên: http://vietnamlearning.vn

đó, quảng bá về một số hoạt động, sản phẩm mới và đặc biệt của doanh nghiệp, tổ chức...

Đây là một trong những mảng hoạt động chính của các công ty PR ở Việt Nam hiện nay. Vì vậy, nếu bạn muốn sau này gây dựng sự nghiệp của mình trong lĩnh vực PR, hãy rèn luyện cho mình kỹ năng lên kế hoạch và tổ chức một vài sự kiện đặc biệt nhé!

Nghiên cứu và đánh giá (Research and Evaluation)

Bạn còn nhớ chức năng của PR được tóm gọn trong chữ RACE, bắt đầu bằng R (Research - nghiên cứu) và kết thúc bằng E (Evalutaion - đánh giá) không? Đây là hoạt động không thể thiếu, cần trở thành nguyên tắc và thói quen với bất cứ người làm PR chuyên nghiệp nào. Một chương trình PR phải được liên tục đánh giá để rút kinh nghiệm, làm tiền đề cho việc xây dựng những kế hoạch sau này.

Người làm PR sử dụng nhiều phương pháp của các ngành khoa học khác để tiến hành nghiên cứu, đánh giá các nhóm công chúng và chương trình.

HÀNG GHẾ SỐ 4

NHÂN VIÊN PR LÀM VIỆC Ở ĐÂU ?

Là một nhân viên PR, bạn có thể gây dựng sự nghiệp của mình ở bất kỳ đâu bạn muốn. Bởi *mọi cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp... đều luôn cần tới PR, đặc biệt trong điều kiện hiện nay*. Không một đơn vị, cá nhân nào muốn xây dựng uy tín trên thị trường mà không cần đến mối quan hệ hiểu biết và cùng có lợi với các nhóm công chúng của mình.

PR có mặt ở khắp nơi, ảnh hưởng đến tất cả mọi người, dù họ có ý thức được điều đó hay không. Về đại thể, bạn sẽ làm việc ở:

Những bộ phận PR trong các cơ quan, tổ chức... gọi là PR nội bộ (PR in-house).

Hoặc: *Những công ty PR hoạt động độc lập (PR agency).*

PR nội bộ (PR in-house)

PR nội bộ là một bộ phận trực thuộc một công ty, tổ chức riêng biệt. Người làm PR nội bộ thường là một chuyên gia am hiểu sâu sắc về lĩnh vực mà tổ chức của mình hoạt động.

Mạng chia sẻ tri thức: http://trithuccongdong.com

Kỹ năng cho nhân viên văn phòng và sinh viên: http://vietnamlearning.vn

Bạn có thể tìm một vị trí trong những bộ phận có tên gọi rất khác nhau như Phòng/ Vụ/ Trung tâm Thông tin/ Tuyên truyền/ Báo chí/ PR... tại các cơ quan, tổ chức nhà nước, công ty tư nhân, tổ chức nước ngoài, các hiệp hội.

PR độc lập (PR Agency)

Công ty PR độc lập cung cấp dịch vụ tư vấn PR và hoạt động thực tiễn (events) cho những khách hàng khác nhau, tuỳ theo yêu cầu. Ví dụ như tổ chức họp báo, hội chợ, triển lãm, hoặc thực hiện một kế hoạch, chiến dịch ngắn hay dài hạn... Các lĩnh vực hoạt động của PR độc lập rộng hơn so với PR nội bộ.

Hiện nay, nhiều công ty PR đã được thành lập ở nước ta. Chính vì thế, có một danh sách không hề ngắn những công ty PR sẵn sàng tuyển dụng những người làm được việc đang chờ bạn.

Tuỳ thuộc vào quy mô, hoạt động và thị trường mà một công ty, tổ chức có thể dùng đến cả PR in-house và PR agency.

HÀNG GHẾ SỐ 5

NHỮNG LÝ DO ĐỂ BẠN CHỌN PR ?

Cơ hội việc làm lớn

PR là một lĩnh vực đầy tiềm năng cho bạn phát triển sự nghiệp, đặc biệt trong điều kiện hội nhập quốc tế của nước ta hiện nay. Nhu cầu nhân lực trong ngành này rất lớn và sẽ còn tiếp tục mở rộng.

PR đòi hỏi nhiều kỹ năng và kiến thức từ các ngành khác nhau như quản trị kinh doanh, marketing, tâm lý học, xã hội học, báo chí... nên bạn có thể đến với PR từ nhiều lĩnh vực học khác nhau mà không nhất thiết phải có ngay một tấm bằng về PR.

Đặc biệt, với PR nội bộ, nhiều cơ quan yêu cầu người làm có những kiến thức chuyên sâu của nhân viên PR về lĩnh vực mà mình hoạt động. Chẳng hạn nếu bạn tốt nghiệp ngành dược, đó sẽ là một điều kiện thuận lợi khi bạn xin vào bộ phận PR của một công ty dược phẩm. Nếu bạn làm PR cho một công ty tin học, đương nhiên bạn cần có vốn hiểu biết tương đối về Công nghệ thông tin rồi.

Mạng chia sẻ tri thức: http://trithuccongdong.com

Kỹ năng cho nhân viên văn phòng và sinh viên: http://vietnamlearning.vn

Một nghề rất mới và bạn sẽ là một trong những người đi tiên phong

PR còn thực sự mới mẻ và chưa hẳn được nhiều người biết tới tại Việt Nam. Những viên gạch nền móng đầu tiên của PR đang được những người còn rất trẻ tuổi gây dựng tại nước ta. Nếu bạn quan tâm đến PR, bạn luôn có cơ hội tham gia cùng với họ, trong khát vọng đưa Việt Nam bắt nhịp với dòng chảy sôi động của PR thế giới.

Một nghề đầy năng động và sáng tạo

Sáng tạo luôn được nhắc đến như yếu tố quan trọng trong những phẩm chất hàng đầu của một nhân viên PR.

Đây là nghề của những ý tưởng, kế hoạch và chương trình hành động. Nếu bạn là người giàu óc sáng tạo, bạn sẽ thích thử sức với PR.

Một nghề giao thiệp rộng rãi và phong phú

Nếu bạn là người thích giao thiệp rộng rãi, rất có thể bạn sẽ hợp với công việc của nhân viên PR, bởi vì xây dựng, củng cố quan hệ tốt đẹp, hữu nghị là một phần trong chức năng của

bạn. PR luôn hướng tới thiết lập và duy trì các mối quan hệ xã hội rộng rãi và cùng có lợi.



Nghề nghiệp này cho bạn nhiều cơ hội tiếp xúc với những nhóm người khác nhau trong xã hội từ những vị lãnh đạo đến chủ một cửa hàng nhỏ...

Bản thân những quan hệ này cũng luôn được "làm mới" bởi nỗ lực của chính bạn.

Một nghề có nhiều cơ hội khẳng định mình

Bạn luôn có khát vọng làm được một điều gì đó đáng kể? PR sẽ giúp bạn thực hiện điều đó. Chúng ta hãy nhớ lại những kì tích mà E.Bernays và những chuyên gia PR khác đã lập nên. PR gắn chặt với bộ phận lãnh đạo, nên là một chuyên gia PR giỏi giang, luôn có khả năng đưa ra những ý tưởng sáng tạo, quản trị tốt các tình huống khủng hoảng, bạn sẽ luôn ở trong "top" dẫn đầu.

Mạng chia sẻ tri thức: http://trithuccongdong.com

Kỹ năng cho nhân viên văn phòng và sinh viên: http://vietnamlearning.vn

HÀNG GHẾ SỐ 6

NHỮNG TỐ CHẤT GIÚP BẠN THÀNH CÔNG KHI BƯỚC VÀO PR

Khả năng giao tiếp tốt (gồm cả khả năng nói và viết)

Thái độ ứng xử và khả năng giao tiếp khéo léo, nhanh nhạy được coi là yêu cầu cơ bản với người làm PR. Bạn biết cách giải thích gãy gọn, chính xác và logic mọi vấn đề. Bạn hiểu cần phải làm thế nào để những đối tượng công chúng khác nhau đều tiếp nhận được thông điệp bạn đang gửi tới họ. Ngoài khả năng trời phú đây còn là cả quá trình rèn luyện.

Biết cách tạo sự tin cậy

PR luôn chăm chút cho danh tiếng, mà vấn đề của danh tiếng chính là lòng tin. Không ở đâu, niềm tin của công chúng lại quan trọng như với PR.

Biết cách tạo sự tin cậy với đám đông không hoàn toàn trùng hợp với khiếu ăn nói của bạn. Nó còn liên quan đến lối sống hàng ngày của bạn. Một nguyên tắc của PR là luôn thông tin trung thực để tạo sự tín nhiệm.

Óc quan sát và phán đoán tốt, tư duy phân tích cao

PR luôn bắt đầu bằng nghiên cứu, dựa trên óc phán đoán và khả năng phân tích logic, hợp lý vấn đề. PR phân tích công chúng để tư vấn cho giới lãnh đạo và thực hiện những chiến dịch truyền thông.

E. Bernays đã chỉ ra thuật ngữ *Tư vấn PR* và luôn coi đó như một trong những chức năng quan trọng nhất của PR. Tố chất này của người làm PR bộc lộ đặc biệt trong những "hoàn cảnh có vấn đề", như một chiến dịch quảng bá sản phẩm mới, một tai nạn lao động, một sai lầm nghiêm trọng...

Năng lực tổ chức



Làm PR đòi hỏi bạn phải có đầu óc tỉnh táo, nhạy bén và tổng hợp của một nhà tổ chức thực sự. Công việc PR luôn gắn chặt với những cuộc họp báo, những buổi thảo luận chuyên đề, những

Mạng chia sẻ tri thức: http://trithuccongdong.com

Kỹ năng cho nhân viên văn phòng và sinh viên: http://vietnamlearning.vn

tiệc chiêu đãi, những lễ ký kết... Bạn cần một tinh thần tập thể (biết cách làm việc theo nhóm) và khả năng quyết định độc lập.

Khả năng nhạy bén, linh hoạt trong mọi tình huống

Bạn sẽ làm thế nào nếu trong cuộc họp báo, một nhà báo "cố chấp" không thôi tranh cãi với bạn và liên tục đưa ra những thông tin không có lợi cho tổ chức, công ty của bạn? Là một nhân viên PR, bạn sẽ gặp phải rất nhiều thứ mà chúng ta gọi là "tình huống bất ngờ". Những rủi ro nghề nghiệp ấy có thể đến bất cứ lúc nào. Sự khéo léo linh hoạt và tinh tế vì thế không thể thiếu trong hành trang PR của bạn.

Vốn ngoại ngữ và tin học

Người làm PR đòi hỏi phải thông thạo ít nhất một ngoại ngữ, thường là tiếng Anh, trên cả 4 kỹ năng: nghe, nói, đọc, viết.

Yêu cầu này xuất phát từ đặc điểm công việc PR là thường xuyên tiếp xúc với các cá nhân, tổ chức nước ngoài, cũng như những văn bản ngoại ngữ...

Bên cạnh đó, những kiến thức và kỹ năng về tin học cũng không thể thiếu với PR. Vì thế, ngoại ngữ và tin học là một trong những yêu cầu tuyển dụng bắt buộc của bộ phận PR.



Biết chăm chút cho vẻ bên ngoài của mình

Bạn có thể chẳng cần quan tâm lắm đến hình thức, nhưng với PR, đây lại là một trong những nhân tố của thành công. Trong mọi trường hợp, PR luôn là lịch sự và trang nhã.

Niềm say mê với nghề nghiệp

PR là công việc rất vất vả, luôn phải chịu áp lực từ nhiều phía: ban lãnh đạo, công chúng, giới báo chí..., đòi hỏi ở bạn sự nỗ lực cao nhất. Điều này cũng giống như bạn đang ở trên một đường đua bất tận mà tự cho phép mình buông thả một chút thôi, bạn sẽ lập tức tụt lại.

Mạng chia sẻ tri thức: http://trithuccongdong.com

Kỹ năng cho nhân viên văn phòng và sinh viên: http://vietnamlearning.vn

Vì thế, để thành công với PR, ngoài ý chí phấn đấu, bạn còn cần cả một niềm đam mê làm điểm tựa vững chắc.

NHỮNG ĐIỀU CÓ THỂ CẢN TRỞ BẠN TRONG NGHỀ PR

** Bạn luôn mơ ước một cuộc sống bình dị và êm đềm, không thích sự cạnh tranh.*

** Bạn thường hay có cảm giác mặc cảm, tự ti và dễ bị chi phối bởi ý kiến hay nhận xét chủ quan của người khác.*

** Bạn là người khép mình và sống nội tâm, không thích những nơi đông người, ồn ã.*

** Bạn muốn một công việc nhàn nhã, không đòi hỏi nhiều sự nỗ lực.*

** Bạn không lợi khẩu. Phải diễn thuyết trước đông người luôn là vấn đề gay go của bạn.*

** Bạn nghi ngờ khả năng quan sát, óc phán đoán, phân tích của mình*

** Bạn hiếm khi thành công nếu phải đứng ra tổ chức cái gì đó.*

Nhưng nếu bạn yêu thích PR, những vấn đề ấy cũng không quá nghiêm trọng. Một khi bạn nhận thức ra những hạn chế đó và biết cách vượt qua, chúng không còn là trở ngại với bạn nữa.

HÀNG GHẾ SỐ 7

PR - HỌC Ở ĐÂU ?

Bạn cảm thấy thực sự thích thú với PR và muốn biết để trở thành nhân viên PR thì cần học ở đâu? Vậy bạn hãy nhớ rằng:

Mọi con đường đều dẫn tới PR

Giống như báo chí, PR liên quan đến mọi lĩnh vực của đời sống xã hội, là sự tổng hòa của rất nhiều kiến thức. Môn cơ sở của PR là *Triết học, Tâm lý học* và *Xã hội học, Quản lý xã hội, Marketing, Quản trị kinh doanh*... cùng với những *kỹ năng Báo chí.*

Từ năm 2006, *Học viện Báo chí và Tuyên truyền* chính thức đào tạo ngành PR. *Khoa Báo chí Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn (Đại học Quốc gia Hà Nội)* hiện cũng có bộ môn PR trong chương trình đào tạo. Ngoài ra, một số đơn vị đào tạo và các công ty chuyên về quảng cáo, PR cũng mở một số khóa học ngắn hạn.

Tuy nhiên, bạn đừng quá lo lắng về việc đào tạo PR tại Việt Nam mới đang ở những bước tiến đầu tiên. Ngay tại các nước mà PR

Mạng chia sẻ tri thức: http://trithuccongdong.com

Kỹ năng cho nhân viên văn phòng và sinh viên: http://vietnamlearning.vn

đã phát triển rất mạnh như Hoa Kỳ, Anh..., các chuyên gia vẫn nói rằng với những tấm bằng thuộc Khoa học Xã hội và Nhân văn, Kinh tế, Ngoại giao... bạn hoàn toàn có thể bắt đầu sự nghiệp PR của mình.

Nếu bạn có bằng báo chí, sẽ rất thuận lợi khi bạn định làm PR bởi các kỹ năng PR có liên quan mật thiết với truyền thông. Hầu hết những chuyên gia PR hàng đầu như E.Bernays, Ivy Lee, Arthur W. Page... trước khi tiến vào hoạt động trong lĩnh vực PR đều đã là những nhà báo giỏi.

Muốn học PR một cách bài bản, hệ thống hơn và nếu điều kiện cho phép, bạn có thể du học tại các nước có ngành truyền thông phát triển. Hầu hết các học viện truyền thông tại các nước này đều có ngành PR. Hoa Kỳ, nơi vẫn được coi là quê hương PR - nơi PR rất phát triển, là một địa điểm tốt.

Muốn tham khảo về những địa chỉ đào tạo PR tại Hoa Kỳ, bạn có thể truy cập trang Web:

http://www.gradschools.com/listings/menus/adv_pr_menu.html

Nếu bạn muốn đi "gần nhà" hơn và với chi

phí rẻ hơn, có thể học PR ngay tại nhiều nước châu Á như Singapore, Ấn Độ, Philipin, Thái Lan, Nhật Bản, Hàn Quốc... Đào tạo truyền thông và PR tại các nước này được đánh giá tương đối cao.

Tự học PR từ hôm nay

Nếu bạn thấy hứng thú với PR, sao không tự học ngay từ bây giờ? Bạn có thể tìm đọc phần về PR trong các cuốn về Marketing, Truyền thông đại chúng (Mass Communication)... ở thư viện. Tìm gặp một số người có kinh nghiệm làm trong lĩnh vực PR mà bạn biết.

Ngoài ra, còn một nguồn tư liệu phong phú là *Mạng toàn cầu Internet*. Vào trang tìm kiếm Google, đánh chữ "Public Relations", sẽ có rất nhiều trang Web mở ra trước mắt bạn thế giới rộng lớn của PR. Bạn sẽ có cái nhìn tổng quan về cả một ngành công nghiệp PR khổng lồ trên thế giới.

Chúng tôi xin tư vấn một vài địa chỉ:

Trang Web tiếng Việt:

http://www.hocbao.com

http://www.unicom.com.vn

Mạng chia sẻ tri thức: http://trithuccongdong.com

Kỹ năng cho nhân viên văn phòng và sinh viên: http://vietnamlearning.vn

Trang Web tiếng Anh:

http://gradschool.com

http: // www.ipr.org.uk

http:// www.prsa.org

http:// www.prssa.org

http:// www.iprs.org

http://www.media.bournemouth.ac.uk/

http://www.mediacourses.com/

http://www.instituteforpr.com

Bạn đã có một hành trình nho nhỏ trong vương quốc của PR. Nếu bạn thấy không có "duyên" với PR, còn rất nhiều toa tàu với những nghề nghiệp thú vị để bạn khám phá.

Nếu bạn thấy mình sinh ra để làm PR, hãy bước tới:

HÀNG GHẾ SỐ 8



HÀNG GHẾ SỐ 8

BẠN QUYẾT ĐỊNH

Đây là hàng ghế dành cho các bạn - những người quyết định ở lại toa tàu này.

PR còn rất mới mẻ ở Việt Nam. Thậm chí, có thể đây là lần đầu tiên bạn nghe nói tới và được biết về một nghề nghiệp mới mẻ và thú vị như PR.

Nhưng đó chỉ là chuyện của ngày hôm nay. Chính các bạn, với khả năng và niềm say mê của mình, sẽ làm cho PR trở nên quen thuộc hơn, gần gũi hơn, như bao nghề nghiệp khác, cùng góp phần vào sự phát triển của đất nước.

Bạn có thể trở thành người làm PR chuyên nghiệp ở những bộ phận PR nội bộ, công ty PR độc lập hay là một chuyên gia nghiên cứu và giảng dạy về PR. Dù ở lĩnh vực nào, cánh cửa PR ở Việt Nam đang hoàn toàn rộng mở với bạn.

Cũng như nhiều ngành nghề khác, PR đòi hỏi một quá trình tự học lâu dài và bạn đừng nên đợi tới lúc ngồi trên giảng đường đại học,

Mạng chia sẻ tri thức: http://trithuccongdong.com

Kỹ năng cho nhân viên văn phòng và sinh viên: http://vietnamlearning.vn

cao đẳng mới bắt đầu làm quen với nghề. Bạn có thể tập làm PR ngay từ bây giờ, bởi ở đâu cũng cần đến PR. Có rất nhiều hoạt động khiến những năm tháng trong trường phổ thông của bạn thú vị và đáng nhớ hơn.

Ví dụ như ra một "bản tin nội bộ" (chỉ là phát nội bộ trong lớp thôi), ghi lại những khoảnh khắc tuyệt vời bên thầy cô và bạn bè. Báo nội bộ là một trong những nghiệp vụ quan trọng của PR đấy.

Các bạn cũng có thể tổ chức những buổi "tọa đàm" nho nhỏ bàn về vấn đề gì đó. Chúng sẽ khiến lớp bạn xích lại gần nhau hơn trong mối quan hệ hiểu biết lẫn nhau và cùng có lợi.

Nếu bạn là một cán bộ lớp thì chắc chắn những kiến thức PR này cần có bạn rồi. Phải làm thế nào để thuyết phục những kẻ cứng đầu trong lớp, phải nói thế nào với thầy cô về một "sự cố" nho nhỏ?...

Theo quan niệm của cả phương Đông và phương Tây, con số 8 tượng trưng cho sự nỗ lực và thành công. Chúc các bạn may mắn!

HÀNG GHẾ SỐ 9

BẠN MUỐN BIẾT

Lược sử PR

Thông tin và thuyết phục - hai hoạt động được coi là hạt nhân của PR đã xuất hiện từ thuở sơ khai của loài người. Tuy nhiên, phải đến cuối thế kỷ XIX, đầu thế kỷ XX, PR mới xuất hiện như một nghề hoàn chỉnh. Dù còn nhiều tranh cãi, song nhiều chuyên gia nghiên cứu về lịch sử PR cho rằng nước Mỹ có thể coi là quê hương của PR, gắn với những



Mạng chia sẻ tri thức: http://trithuccongdong.com

Kỹ năng cho nhân viên văn phòng và sinh viên: http://vietnamlearning.vn

tên tuổi lớn - những ông tổ của ngành PR thế giới như Ivy Lee, George Creel, E.Berneys, Rex Hallow...

Năm 1897, lần đầu tiên thuật ngữ *Public Relations (Quan hệ công chúng)* đã được Hiệp hội đường sắt Mỹ sử dụng. Thời kỳ đầu, PR chủ yếu là những đại diện báo chí - những tổ chức xúc tiến việc triển khai các ý tưởng sản phẩm, dịch vụ hoặc cá nhân... trên các phương tiện thông tin đại chúng và các hình thức khác.

Đầu thế kỷ XX, một loạt các công ty PR đã ra đời và nổi tiếng như *Ivy Ledbetter Lee & George Parker*... Hoạt động PR được mở rộng và hoàn thiện hơn. Năm 1923, E. Berneys chỉ ra thuật ngữ *Tư vấn PR* và coi đây như một trong những chức năng lớn nhất của PR.

Trong chiến tranh thế giới thứ nhất, cựu phóng viên George Creel đã thành lập Ủy ban Thông tin công cộng (U.S. Committee of Public Information) của Chính phủ Liên bang, thực hiện những chiến dịch rầm rộ và thành công rực rỡ để vận động nhân dân Mỹ quyên góp ủng hộ chiến tranh. Năm 1939, Rex Harlow,

giáo sư trường Đại học Tổng hợp Stanford bắt đầu giảng dạy PR, là giảng viên chuyên nghiệp về PR đầu tiên...

Từ Hoa Kỳ, PR đã lan rộng ra các nước khác. Đến nay, PR đã có bước phát triển toàn diện từ nghiên cứu, thực hành đến đào tạo... PR thâm nhập vào mọi lĩnh vực của đời sống, từ chính trị, kinh tế, xã hội đến văn hóa, thể thao... Các tập đoàn kinh tế, các công ty, các tổ chức quốc tế... dù nhiều hay ít nhân viên nhưng bao giờ cũng có bộ phận chuyên trách về PR.

Về mặt đào tạo, hầu hết các cơ sở đào tạo truyền thông trên thế giới hiện nay đều có chuyên ngành PR. Những hiệp hội PR của sinh viên ra đời như Hiệp hội PR của sinh viên Hoa Kỳ PRSSA.

Những hiệp hội, liên đoàn PR được thành lập khắp nơi trên thế giới, liên kết giới PR trong thành phố, quốc gia, khu vực và toàn thế giới (Hiệp hội PR quốc tế IPRA - International Public Relations Association). Các hiệp hội này có quan hệ mật thiết trong việc hợp tác, trao đổi kinh nghiệm, nhân lực, liên kết giáo dục...

Mạng chia sẻ tri thức: http://trithuccongdong.com

Kỹ năng cho nhân viên văn phòng và sinh viên: http://vietnamlearning.vn

Đến nay, với sự phát triển rộng lớn của PR, nhu cầu nhân lực trong ngành này vẫn rất lớn ở khắp các quốc gia. Ngay từ những năm cuối thế kỷ XX, Cuốn *Cẩm nang cơ hội nghề nghiệp* của Mỹ tiên đoán: Trong năm 2000, tỉ lệ phát triển của nghề PR sẽ tăng nhanh trên mức trung bình so với các ngành nghề khác. Cả một ngành công nghiệp PR khổng lồ đang phát triển với tốc độ chóng mặt trên khắp thế giới và còn hứa hẹn những bước tiến nhảy vọt trong tương lai.

PR tại Việt Nam

PR vào Việt Nam khá muộn, khoảng những năm cuối cùng của thế kỷ XX. Đến nay, vẫn còn nhiều người chưa biết về lĩnh vực thú vị này. Tuy nhiên, đây là một nghề mới mẻ, đầy tiềm năng và đang được nhiều bạn trẻ Việt Nam quan tâm.

Trên thực tế, hoạt động PR đã và đang được áp dụng phổ biến trong đời sống xã hội, tại các bộ phận thông tin, tuyên truyền... trong các cơ quan, tổ chức.

Những công ty PR (PR Agency) được

thành lập và đang ngày càng khẳng định vị trí, vai trò của PR như: Galaxy Thiên Ngân, GoldSun, Dolphin Media, T&A, Starcom... Trong đó, một số công ty PR Việt Nam đã liên danh với các công ty, tập đoàn PR nước ngoài, nâng cao tính chuyên nghiệp trong nghiệp vụ. Điều hành các công ty PR này thường là những người còn trẻ tuổi, được đào tạo bài bản hoặc có nhiều kinh nghiệm về PR, báo chí. Chính họ đang từng ngày gây dựng và phát triển lĩnh vực mới mẻ này tại Việt Nam.

Việc nghiên cứu và đào tạo PR cũng đang đi bước đi đầu tiên. Năm 2006, *Học viện Báo chí và Tuyên truyền* chính thức đào tạo ngành PR. Khoa Báo chí *Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn (Đại học Quốc gia Hà Nội)* đã đưa PR vào giảng dạy với tư cách một môn học của sinh viên Báo chí. Ngoài ra, tại Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh cũng có các khóa bồi dưỡng ngắn hạn (khoảng 3 tháng) về PR. Tại một số trường Kinh tế, PR cũng được nhắc đến trong các bài giảng...

Mới mẻ là như vậy, nhưng các nhà phân tích dự đoán rằng PR sẽ phát triển rất mạnh ở

Mạng chia sẻ tri thức: http://trithuccongdong.com

Kỹ năng cho nhân viên văn phòng và sinh viên: http://vietnamlearning.vn

nước ta trong thế kỷ XXI. Thực tế khoảng 5 năm trở lại đây, PR tiến rất nhanh ở Việt Nam và đang góp phần làm phong phú hơn đời sống kinh tế xã hội.

Danh nhân PR

IVY LEE (1877 - 1934)



Ngay từ khi còn học ở trường đại học Priceton, Ivy Lee đã tham gia vào tờ báo của trường. Tốt nghiệp đại học, Lee làm việc cho các tờ báo: New York American, New York Times và New York World, chủ yếu về lĩnh vực tài chính và thương mại.

Năm 1903, ông bước vào lĩnh vực PR với vai trò phụ trách thông tin quảng cáo cho Citizens' Union. Ivy Lee tham gia Ủy ban quốc gia thuộc Đảng Dân chủ DNC. Năm 1905, Ivy Lee liên kết với một đồng nghiệp trong DNC là

George Parker, thành lập công ty PR *Ivy Ledbetter Lee & G. Parker*. Đây là một trong những công ty PR đầu tiên tại nước Mỹ và trên thế giới. Với vai trò tiên phong của mình, *Ivy Lee được coi là một trong những người sáng lập ra ngành PR của Hoa Kỳ nói riêng và thế giới nói chung*.

Ivy Lee đã:

* Đưa ra quan điểm rằng hầu hết sự ác cảm của xã hội đối với lĩnh vực kinh doanh là do phần lớn hoạt động kinh doanh diễn ra trong bức màn bí mật, và các nhà kinh doanh không hề trao đổi về các chính sách hoạt động của doanh nghiệp với công chúng. Ông chủ trương xây dựng mối quan hệ đoàn kết, thông tin cởi mở tới giới báo chí, và qua đó, tới công chúng. Từ quan điểm này, ông đã đóng vai trò quan trọng trong việc giải quyết nhiều cuộc khủng hoảng nghiêm trọng của một số doanh nghiệp.

* Giải quyết thành công cuộc đình công của công nhân ở một công ty than năm 1906, vụ đổ tàu ở công ty đường sắt Pennsylvania, cuộc biểu tình của công nhân Công ty Dầu mỏ và Nhiên liệu Colorado thuộc tập đoàn của gia

Mạng chia sẻ tri thức: http://trithuccongdong.com

Kỹ năng cho nhân viên văn phòng và sinh viên: http://vietnamlearning.vn

đình tỷ phú John Rockefeller... (Đây chính là cái sau này vẫn được gọi là *PR quản trị khủng hoảng* - một chức năng quan trọng và ưu việt của hoạt động PR).

Phương pháp chủ yếu của Ivy Lee khi giải quyết những sự cố này là thuyết phục những nhà lãnh đạo công ty thay đổi chính sách và cung cấp đầy đủ thông tin cho báo giới và công chúng...

Ivy Lee được tưởng nhớ bởi 4 cống hiến quan trọng cho ngành PR:

1. Đưa ra quan niệm trong kinh doanh và sản xuất cần tự liên kết với các nhóm công chúng quan tâm.

2. Chỉ phối hợp với các ủy viên quản trị cao cấp nhất trong việc đưa ra các chương trình hành động.

3. Duy trì mối quan hệ giao tiếp cởi mở với giới truyền thông.

4. Chú trọng tới sự cần thiết của tính nhân văn trong kinh doanh và đưa nó tới đông đảo công chúng (từ nhân công đến khách hàng và láng giềng).

EDWARD BERNAYS
(1891 - 1995)



Edward Bernays sinh ngày 22 - 11 - 1891 ở thành phố Viên (Áo), trong một gia đình đầy quyền lực và nổi tiếng. Ông là cháu ruột của Simund Freud (nhà Phân tâm học). Bernays từng là lính bộ binh, phục vụ trong Ủy ban Thông tin công cộng của Hoa Kỳ CPI (U.S. Committee on Public Information). Sau khi xuất ngũ, E. Bernays làm báo trong một thời gian ngắn rồi chuyển sang làm PR. Ông được xếp vào hàng ngũ những chuyên gia PR kiệt xuất nhất, một trong những người sáng lập nên PR hiện đại.

Trên cả hai lĩnh vực thực hành và lý luận về PR, E. Bernays đều có những đóng góp quý báu và sau này vẫn được nhiều người làm PR chuyên nghiệp học tập. Với sự đóng góp của E.Bernays trong vai trò một chuyên gia về PR, công ty P&G đã có những bước tiến đáng

Mạng chia sẻ tri thức: http://trithuccongdong.com

Kỹ năng cho nhân viên văn phòng và sinh viên: http://vietnamlearning.vn

kinh ngạc. Deupree - chủ tịch của P&G đã phải thốt lên trong một cuộc hội thảo về tầm quan trọng của PR sau những cống hiến kì tích của Bernays:

"Lần đầu tiên trong đời, tôi được khai sáng về sức mạnh của công luận. Tôi đã nhận ra việc có được sự ủng hộ của công luận quan trọng đến thế nào".

Edward Bernays đã:

* Sử dụng những ý tưởng của Freud trong lĩnh vực thương mại để gây ảnh hưởng lên suy nghĩ và hành động của đám đông. Quan điểm của Bernays là: Nếu ta có thể hiểu được mục đích và động cơ hành động của quần chúng, ta có thể điều khiển họ mà không để họ biết đến.

* Chỉ ra thuật ngữ *Tư vấn PR* và coi đó như một chức năng quan trọng trong hoạt động PR.

* Đóng góp nhiều trong việc nghiên cứu PR. Sử dụng những ý tưởng của tâm lý học, xã hội học hiện đại và nghiên cứu thị trường, E. Bernays tạo dựng những học thuyết và kỹ thuật của riêng mình mà hiện nay vẫn được các chuyên gia PR sử dụng phổ biến.

* Tạp chí *Cuộc sống (Life)* đã bình chọn E. Bernays là một trong 100 người Mỹ có ảnh hưởng nhiều nhất trong thế kỷ XX.

ARTHUR W. PAGE

(1883 - 1960)



Arthur William Page tốt nghiệp Đại học Harvard năm 1905. Ra trường, ông làm việc cho tạp chí World's Work, một tạp chí được xuất bản bởi Công ty Doubleday, Page & Co. của cha mình. Công việc ở đây đã giúp ông thiết lập quan hệ với những người như James Garfield, anh em nhà Wright, tổng thống Theodore Roosevelt và nhiều nhân vật danh giá khác.

Cuối năm 1926, Page trở thành phó chủ tịch của Công ty Điện thoại và Điện tín Hoa Kỳ (AT&T), quản lý công việc PR. Đây là một khởi đầu quan trọng trong bước tiến của Arthur William Page vào hàng ngũ những

Mạng chia sẻ tri thức: http://trithuccongdong.com

Kỹ năng cho nhân viên văn phòng và sinh viên: http://vietnamlearning.vn

chuyên gia PR kiệt xuất của mọi thời đại. A. W. Page đã chấp nhận công việc này với điều kiện phải có vị trí trong việc hoạch định và phát triển những chính sách của công ty. Ông giữ chức vụ phó chủ tịch AT&T cho đến khi về hưu năm 64 tuổi (1946).

Tuy nhiên, dấu ấn của Page vượt rất xa ngoài AT&T. Ông là một trong những thành viên hội đồng quản trị của Chase Bank, Westinghouse, Kennecott Copper, và Continental Oil; uỷ viên quản trị của Trường đại học Bennington College, Trường đại học Sư phạm, Đại học Columbia, công ty Carnegie, Bảo tàng nghệ thuật Metropolitan...

Trong thế chiến thứ II, ông là sáng lập viên của Ủy ban Tự do châu Âu, nơi phát đi đài châu Âu tự do. Trong suốt cuộc đời mình, Page còn là nhà tư vấn của các tổng thống Mỹ từ Theodore Roosevelt đến Dwight Eisenhower cũng như nhiều nhân vật quan trọng trong nội các Hoa Kỳ...

Trong thời gian hoạt động tại AT&T, Page đưa ra nhiều nguyên tắc cơ bản về PR,

trong đó có những nguyên tắc ngày nay vẫn được nhắc tới nhiều như: Hãy *nói sự thật (Tell the truth), Hãy lắng nghe khách hàng (Listen to customer), Hãy làm PR như thể cả công ty đều phụ thuộc vào đó...*

Những nguyên tắc ấy sau này đã được coi như tôn chỉ hoạt động của nhiều người làm PR chuyên nghiệp. Hiệp hội PR mang tên A. W. Page đã được thành lập để tưởng nhớ những cống hiến của ông. Một trong những đóng góp lớn nhất của Page cho lý luận về PR là đưa ra lý thuyết cho rằng PR có chức năng quản lý.

Một số hiệp hội PR trong sổ tay của bạn

IPRA - International Public Relations Association (Hiệp hội PR thế giới)

IPRA được thành lập năm 1955 tại Luân Đôn (Anh). Những sáng lập viên của IPRA gồm có Anh, Mỹ, Pháp, Hà Lan, Na Uy. Hiện nay IPRA đã có thành viên tại gần 100 nước trên thế giới.

Mạng chia sẻ tri thức: http://trithuccongdong.com

Kỹ năng cho nhân viên văn phòng và sinh viên: http://vietnamlearning.vn

PRSA - Public Relations Society of America (Hiệp hội PR Mỹ)

Thành lập năm 1947, PRSA là hiệp hội PR quốc gia lớn nhất thế giới với hơn 20.000 thành viên, chia làm 116 lĩnh vực khác nhau. Các hội viên của PRSA phải trải qua một Chương trình thừa nhận với yêu cầu khắt khe.

PRSA quan hệ chặt chẽ với PRSSA (Hiệp hội Sinh viên PR Mỹ).

IPR - Institue of Public Relations (Viện PR Anh Quốc)

Ra đời năm 1948, hiện IPR có trên 7500 hội viên, là tổ chức của những người làm PR chuyên nghiệp tại nước Anh. IPR là thành viên của Liên hiệp PR châu Âu CERP (Confédération Européenne des Relations Publiques).

IPR rất chú trọng đến công tác đào tạo và hướng nghiệp về PR.

ICCO - International Communication Consutltancy Organisation

(Hiệp hội các Công ty PR thế giới)

ICCO gồm 850 công ty thành viên, trải rộng trên khắp 24 nước, bao gồm 20 nước là thành viên đầy đủ, và 4 nước quan sát viên.

ICCO là diễn đàn rộng rãi của các công ty PR tư vấn toàn cầu, cung cấp cơ hội chia sẻ những kinh nghiệm và bài học thực tế trong các lĩnh vực của PR.

CPRS - Canadian Public Relations Society (Hiệp hội PR Canada)

Hiệp hội PR Canada là hiệp hội PR duy nhất ở Canada nhằm bồi dưỡng nghiệp vụ chuyên nghiệp cho những người làm PR.

Mạng chia sẻ tri thức: http://trithuccongdong.com

Kỹ năng cho nhân viên văn phòng và sinh viên: http://vietnamlearning.vn

CPRS hiện có 17 hiệp hội thành viên trong khắp cả nước, bảo đảm cho sự phát triển và những chương trình hoạt động.

CIPRA - China International Public Relations Association

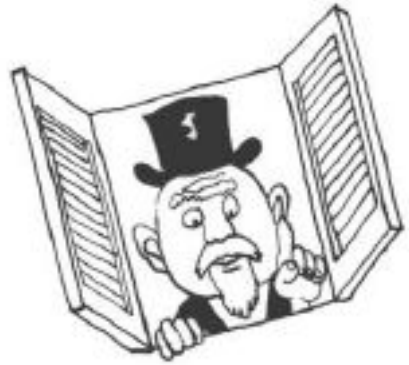
(Hiệp hội PR Quốc tế Trung Quốc)

Hiệp hội PR quốc tế Trung Quốc CIPRA thành lập năm 1991. Phương châm của CIPRA là "let the world know China and to let China orient itself to the world" (Để thế giới biết đến Trung Quốc và để Trung Quốc hướng ra thế giới"). CIPRA nhằm mục đích thúc đẩy việc nghiên cứu, giảng dạy và học tập cũng như thực hành PR tại Trung Quốc.

PRSI - Public Relations Society of Indian (Hiệp hội PR Ấn Độ)

Thành lập năm 1966, PRSI là một trong những hiệp hội PR ra đời sớm nhất ở châu Á. Cũng như Viện PR Anh quốc IPR, PRSI rất quan tâm đến công tác đào tạo đội ngũ những người làm PR. Chương trình đào tạo cử nhân của PRSI được đánh giá tương đương với chương trình của Viện PR Anh quốc IPR.

Những lời khuyên nổi tiếng với nhân viên PR



PR là 90 phần trăm sự thật và 10 phần trăm nói về nó.

ARTHUR WILLIAM PAGE

Không ai trong chúng ta muốn hợp tác với điều gì đó không chân thực và cởi mở.

DON HEWITT

Mọi người nhìn chúng ta như thế nào là tất cả nội dung của hoạt động PR của chúng ta. Việc này lại phụ thuộc rất lớn vào việc các phương tiện truyền thông đại chúng nói về chúng ta như thế nào.

J.M.KAUL

Mạng chia sẻ tri thức: http://trithuccongdong.com

Kỹ năng cho nhân viên văn phòng và sinh viên: http://vietnamlearning.vn

Phải tránh những việc không có tác dụng với công chúng cùng những người đại diện của họ và phải tôn trọng sự tự do, độc lập của báo giới.

DPRG - HIỆP HỘI PR ĐỨC

Vì vậy chúng ta, như tất cả những công ty khác, sống trên sự ủng hộ của công chúng, hay nói đại khái là càng nhận được nhiều sự ủng hộ, bạn càng sống tốt hơn. Đây là nguyên nhân chủ yếu cho việc đi tìm sự ủng hộ của công chúng. Con đường chủ yếu để có điều đó là xứng đáng với nó.

ARTHUR WILLIAM PAGE



GÓC CHIA SẺ



Với cuốn cẩm nang nho nhỏ này trong tay, các bạn đã hiểu rõ hơn về một nghề nghiệp hấp dẫn trong xã hội. Có thể bạn sẽ dừng chân ở đây, cũng có thể bạn quyết định dời sang "toa tàu" khác. Nếu bạn còn lưỡng lự và cần những chỉ dẫn hay những thông tin chi tiết hơn, hãy liên hệ với chúng tôi. **Tủ sách hướng nghiệp - Nhất nghệ tinh** luôn mở rộng chào đón bạn *và sẵn sàng giải đáp thắc mắc của các bạn.*

Đặc biệt, mỗi câu hỏi của các bạn là tư liệu quý báu, giúp những người tham gia xây dựng tủ sách, cải tiến, nâng cấp để tủ sách ngày càng hấp dẫn, thiết thực và hiệu quả hơn. Chúng tôi cũng rất mong nhận được ý kiến đóng góp, chia sẻ của quý vị phụ huynh, các thầy cô giáo và những ai quan tâm đến công tác hướng nghiệp cho thế hệ trẻ - tương lai của đất nước.

Xin liên hệ theo địa chỉ:

Tủ sách hướng nghiệp - Nhất nghệ tinh

Nhà xuất bản Kim Đồng, 55 Quang Trung, Hà Nội.

Email: kimdong@hn.vnn.vn

Mạng chia sẻ tri thức: http://trithuccongdong.com

Kỹ năng cho nhân viên văn phòng và sinh viên: http://vietnamlearning.vn

Nếu bạn viết thư, hãy gửi kèm phong bì ghi rõ địa chỉ của bạn nhé. Chúng tôi sẽ dùng nó để chuyển câu trả lời đến với bạn.

CHUYÊN GIA KHUYÊN BẠN

Nhằm giúp các bạn tìm được cho mình một phương pháp hợp lý trong việc tiếp cận và lựa chọn nghề nghiệp, *Góc chia sẻ* sẽ liên tục giới thiệu tới bạn những lời khuyên của các chuyên gia tư vấn hướng nghiệp thế giới.

10 bước để lập kế hoạch cho nghề nghiệp tương lai của bạn

1. *Chuẩn bị một cuốn sổ và cây bút để ghi lại những khám phá của bạn về bản thân và nghề nghiệp.*

2. *Điều đầu tiên đáng quan tâm là sở thích của bạn.*

Trong cuộc sống hàng ngày, những công việc thế nào khiến bạn vui vẻ? Trên lớp bạn thích học những môn học nào? Nếu bây giờ cho bạn làm một việc tuỳ thích, cái đầu tiên bạn nghĩ đến là gì? Vì sao nó thu hút bạn? Liệt kê ra những hoạt động khiến bạn thích thú trong hai năm vừa rồi. Bạn sẽ tự khám phá được những điều thú vị về bản thân mình.

3. *Sở trường của bạn là gì?*

Giờ đây bạn đã biết bạn thích làm gì và nó liên quan thế nào đến những nhóm ngành

nghề khác nhau. Bạn cần phải làm rõ khả năng của mình. Hãy lập một danh sách những ưu thế nổi trội của bạn. Bạn học khá nhất những môn học nào? Hoá học? Sinh học? Hay ngoại ngữ? Lịch sử?

Để rõ hơn về năng lực của mình, bạn có thể tham khảo thêm địa chỉ:

http://www.d.umn.edu/student/loon/car/self/career_transfer_survey.htm

4. *Quan niệm, nguyên tắc về cuộc sống của bạn là gì?*

Quan niệm và nguyên tắc sống có ảnh hưởng sâu sắc tới sự thoả mãn của bạn với nghề nghiệp đã chọn. Bạn có quan trọng việc phải sống ở một nơi cố định? Bạn có luôn hướng tới sự mạo hiểm? Bạn có thường quan tâm tới những người xung quanh không?... Hãy lập ra một bảng kê cho chính mình nhé!

5. *Nghiên cứu kỹ lưỡng về các nghề nghiệp.*

Bộ sách này chính là một công cụ tốt cho bạn. Tìm hiểu những yếu tố mà từng nghề nghiệp hấp dẫn bạn, như trình độ học vấn cần thiết, mức lương bổng, điều kiện làm việc, triển vọng và nhiều thứ khác nữa... Ghi ra những nghề nghiệp bạn thấy thích thú và phù hợp.

6. *So sánh khả năng và sở thích của bạn với những nghề nghiệp bạn vừa lựa chọn.*

Nghề nào thích hợp nhất với khả năng, sở thích, cá tính của bạn? Có thể đó chính là nghề nghiệp dành cho bạn. Bạn cũng có thể thử làm

Mạng chia sẻ tri thức: http://trithuccongdong.com

Kỹ năng cho nhân viên văn phòng và sinh viên: http://vietnamlearning.vn

một bài trắc nghiệm trên Internet tại một số địa chỉ sau:

http://www.choicedegree.com

http://www.schoolfinder.com/careers/3step1.asp

http://www.jobfutures.ca/

7. *Xác định mục tiêu nghề nghiệp.*

Bạn đã lựa chọn nghề nghiệp nào phù hợp nhất với bạn. Giờ có thể xác định mục tiêu lớn bạn muốn đạt tới trong nghề nghiệp đó và bắt đầu một kế hoạch để thực hiện. Ví dụ trong 10 năm nữa, bạn muốn trở thành một lập trình viên hàng đầu tại Việt Nam.

8. *Chọn trường, ngành học phù hợp với mục tiêu nghề nghiệp và học lực.*

Bạn có thể tìm thấy thông tin này ở ngay Tủ sách hướng nghiệp - Nhất nghệ tinh.

9. *Tham khảo ý kiến của gia đình bạn bè,* nhờ họ đánh giá tính thực tế trong kế hoạch của bạn.

10. Khi không còn điểm gì vướng mắc nữa, dán kế hoạch của bạn lên tường và *bắt đầu nỗ lực thực hiện nó từ ngày hôm nay.*

Kinh nghiệm: Hãy nhớ rằng, quyết định những mục tiêu cho sự nghiệp của bạn không phải là một công việc nhanh chóng chỉ cần mất một vài giờ. Đó là một quá trình lâu dài. Bạn có thể quyết định lĩnh vực mà mình muốn theo đuổi và sau đó, trong một vài tháng tới, có những quyết định cụ thể hơn.

Ý KIẾN CỦA BẠN



Trên đây là những lời khuyên của các chuyên gia hướng nghiệp, còn bạn, bạn nghĩ thế nào? Hãy chia sẻ ý kiến của bạn với mọi người.

Chúng tôi xin gợi ý một số đề tài:

* Chúng ta cần phải bắt đầu suy nghĩ nghiêm túc về nghề nghiệp từ khi nào?

* Bạn nghĩ gì về công tác hướng nghiệp trong nhà trường? Nếu bạn là người chịu trách nhiệm về vấn đề này, bạn sẽ làm gì?

* Nghề nghiệp nào gây ấn tượng mạnh cho bạn, tại sao?

* Bạn thường dựa vào những tiêu chí nào khi chọn ngành, nghề?

* Bạn nghĩ sao về việc nối nghiệp cha (mẹ)? Bạn có chịu áp lực về điều này không?

.....

Những ý kiến hay, thú vị của bạn sẽ được chọn đăng, kèm theo một khoản nhuận bút nho nhỏ.

Mạng chia sẻ tri thức: http://trithuccongdong.com