

今期內容

- 第1頁 會長的話
- 第2頁 齊來塑造專業形象
- 第3頁 第八屆中國最佳公關案例大賽
- 第4頁 畫出繽紛十色
- 第5頁 參觀香港電台
- 第6頁 香港公共關係的教育概況
- 第8頁 非政府組織公關論壇

顧問 Advisors

- 李道豫先生
中國國際公共關係協會會長
Mr Li Dao-yu
President of CIPRA
- 陳祖澤先生
九龍巴士(一九三三)有限公司
高級執行董事
Mr John Chan
Senior Director
The Kowloon Motor Bus Co.
(1933) Ltd.
- 張樹槐先生
恒生銀行助理總經理
企業傳訊主管
Mr Walter Cheung
Assistant General Manager
Head of Corporate Communications
Hang Seng Bank
- 林黃碧霞女士
埃克森美孚香港及華南
公共事務部—香港及華南
副總裁
Mrs Grace Lam
Vice President, Public Affairs
Share Services Centre - HK&S China
ExxonMobil Hong Kong Ltd
- 李少南教授
香港中文大學
社會科學院院長
Professor Paul Lee
Dean of Social Science
The Chinese University of Hong Kong
- 梁樹賢先生
義務核數師
Mr William Leung
Honorary Auditor
- 黃鎮南先生
義務法律顧問
Mr Duffy Wong
Honorary Legal Advisor
- ### 執行委員會 Executive Committee
- 譚彩鳳
會長
Eppie Tam
President
- 葉衛國
副會長
William Ip
Vice President
- 譚錦儀
義務秘書
Jenny Tam
Honorary Secretary
- 高玉桂
義務司庫
Cecilia Ko
Honorary Treasurer
- 黎淑芬、張家荃
培訓及活動
Angela Lai, Isabella Cheung
Training & Program
- 趙栢豪、譚錦儀
傳媒關係及出版
PH Chiu, Jenny Tam
Media Relations & Publications
- 林文鵬、陳志豪
會員事務
Roger Lam, Calvin Chan
Membership

會長的話

譚彩鳳

香港果真是「危機」四伏？筆者於八月，先後以「危機化解」和「危轉機」為題接受了一雜誌的訪問和出席了南澳大學香港校友會MBA Club主辦的研討會。對公關專業人員來說，危機確實是轉化成為了機遇，因為許多管理層在遇上危機後，方意識到危機管理和公關人員的重要性。在要求高度透明、企業操守佳、資訊流通快又準的現今社會，危機管理至關重要。在最近之訪問中，盛世雜誌綜合了各管理層、學者和筆者的意見，提出下列「化危10招」：



- 第一招：啟動應變小組
- 第二招：迅速瞭解真相
- 第三招：主動交代事件
- 第四招：安撫公眾情緒
- 第五招：提出應變方案
- 第六招：穩定員工士氣
- 第七招：徹查堵塞漏洞
- 第八招：修補公眾形象
- 第九招：培養危機意識
- 第十招：制定應變機制

因應各界對這課題的濃厚興趣，本會於十月二十六日聯同香港社會服務聯會舉辦一個論壇，名為「非政府組織公共關係論壇2007 — 轉危為機」，詳情見內文第8頁。究竟可否「轉危為機」，還是 "Damage is Done; it's done!"，歡迎各會員、業界和企業的管理層親自來論壇尋找答案，見招拆招。



此外，本會於上季舉辦了多項不同類型之活動，包括「塑造專業形象」講座、Art Jam及參觀香港電台，深受會員歡迎（本期有詳細報道）。期望在下次活動中見到您們。✉

歡迎新會員

本會會員人數持續上升，過去三個月，再有十多位業界朋友加入我們的行列，在此謹向他們致以熱烈歡迎：

普通會員

- | | |
|---|---|
| 何劍璋 (Ove Arup & Partners HK Ltd) | 李民浩 (Transport Department) |
| 李淑冰 (Kowloon Canton Railway Corporation) | 尹美玉 (Wasabi Creation Ltd) |
| 黃惠芬 (The University of Hong Kong) | 王慧雯 (Xinhua PR Newswire) |
| 王燕玲 (Xinhua PR Newswire) | 王惠賢 (Kumon HK Ltd) |
| 黃子軒 (The Hong Kong & China Gas Company Ltd) | 余嘉雯 (Edelman Public Relations Worldwide (HK) Ltd) |
| 余志達 (Xinhua PR Newswire) | |

機構會員

NWS Transport Services Ltd

贊助會員

- | | |
|-----------------------------|---------------------|
| 李靜宜 (T6 Communications Ltd) | 溫淑渝 (Self-employed) |
|-----------------------------|---------------------|

贊助會員 (學生)

- 張聰 (Hong Kong Baptist University)

齊來塑造 專業形象

趙栢豪



本會於七月下旬舉辦了一個黃昏講座，由於講題「專業形象塑造」饒富趣味，加上主講嘉賓為大家熟識的張瑪莉小姐，出席的會員和朋友十分踴躍，反應熱烈。

談及專業形象塑造，張瑪莉小姐是這方面的高手，她所經營的張瑪莉市場推廣（國際）有限公司，為不少名人大機構提供顧問服務。當晚，她不吝賜教，除為我們闡釋專業形象外，更分享她的寶貴經驗，相信在座者獲益良多。

形象是甚麼？張小姐開宗明義：「形象是一種感覺。」她表示，專業形象對我們的日常工作發揮著關鍵性的作用，若我們能給予人一個良好的專業形象，做起事來便事半功倍。而在塑造專業形象上，如我們能掌握得好，是可以取足一百分的；反之，它會令你失分。

張小姐坦言她並非甚麼專家，只是洋相出得多，而目睹他人出的亂子亦不少，故能從中汲取經驗。講座上，她談笑風生，與我們分享她的所見所聞，以及提點我們在專業形象塑造上應注意的地方，以下摘錄數點與讀者分享：

握手有道 — 首次見面握手的感覺，往往令人留下深刻的印象，如冰冷的手、帶汗的手、鬆軟的手、剛勁的手，無不令人退避三舍，何

(下) 會員全神貫注，聆聽張瑪莉小姐傳授塑造專業形象心得。
(右) 一些會員與張瑪莉小姐合照留念。



來專業形象？握手要能傳達誠意為佳，力度要適中。若然手部冰凍或帶汗，握手前宜向對方作出「預告」，以免尷尬和予人不良印象。

認真交流 — 不少人在結識新朋友時，只取得對方的名片，以便日後有需要時再作聯繫，這是不對的。專業的做法是交換名片後，認真與對方交流，多些認識對方，牢記對方的一些特點及背景資料，以便日後更容易打開話匣。交換名片時，應雙手遞上；而收到的名片，要好好收藏。

衣著端莊 — 日常上班，衣著務求得體大方。接待客人時，女士切記要穿著外套；而男士則西裝、領帶不可少，以及避免穿著白襪。

儀容整潔 — 面部、頭髮須保持乾淨整潔，避免頭屑出現。女士化妝，濃淡應視乎場合而定，通常上班宜淡妝，赴宴或出席盛會可考慮濃妝。

嚴守餐桌禮儀 — 不要忘記「各處鄉村各處例」，我們應入鄉隨俗，如吃西餐，便須了解餐具的擺放和用法。



PRPA再獲中國國際公共關係協會委託 為第八屆中國最佳公共關係案例大賽 在港澳徵集參賽案例

莫淑儀

兩年一度的中國最佳公共關係案例大賽是作為對公共關係實務進行研究、總結和探討的最權威賽事之一，今年是第八屆了。PRPA於第六屆首次為大賽徵集港澳參選案例，過去兩屆的香港入圍案例共有27個，其中金獎5個，銀獎12個。評審團對香港參賽案例評價極高。PRPA更連續兩屆獲大會頒發「組織獎」。

大賽將在全中國範圍內進行（包括港澳台地區），大賽的組織和評審將根據中國公共關係發展的現實特點，並參照「世界最佳公共關係金獎大賽」標準進行。大賽評委由國內著名公共關係學者和專家組成。

本屆大賽選拔2006年1月1日至2007年12月31日期間中國最優秀的公共關係案例（至少有部分在這時間內），共設20個類別比賽項目，每個類別設「金獎」一個，「銀獎」兩個。大賽還將設立其他特別獎項，如「傑出公關大獎」、「組織獎」，以及在入圍案例中選出「最佳創意獎」、「最佳公益獎」、「最佳文案獎」和「最佳創新獎」等個別項獎。

本屆大賽採用「三審制」，即初審、分組複審和評審會終審，而PRPA則負責在香港舉行的港澳參選案例初審工作。

大賽將於明年11月中旬2008年世界公共關係大會期間在北京舉行隆重的頒獎典禮。

此項賽事是企業及公關公司展示專業水準和服務品牌、提高公關實務水準的良好機會。請參賽單位按主辦單位要求積極準備申報材料並填

張瑪莉小姐並為我們提供了一些美容小錦囊，如女士切忌「盲目跟風」，例如紋眉，潮流一過會顯得有點「礙眼」，加上年紀大時可能會「走樣」；皮膚乾燥，面部或手部出現爆拆，可用花士荳修護，而無需過份依賴名牌；香水可自行調校，以凸顯個性；常吃麥片有助消滅暗瘡；延遲雙下巴出現，則可嘗試她自創的「一·二·三」下頷及頸部運動。

專家在場，出席朋友又豈會錯過討教機會，講座就在一輪有趣的Q&A中圓滿結束。✳

訂正 上期第四頁「分享經驗」一文出現手民之誤，文中提及的日期應為七月七日；iProA的中文名稱為「互聯網專業協會」；徐開源先生所屬的公司為「ESRI中國（香港）有限公司」。

寫申報表格，力爭良好的成績，共同促進中國公共關係事業的發展。

港澳參賽機構時間表

2/11/07	截止參賽報名，參賽單位送交參賽表格及參賽費用劃線支票。
30/11/07	電郵提交初審材料；即約1000字之項目簡述。
14/12/07	PRPA通知參賽單位初審結果
25/01/08 (下午五時前)	參賽單位送交專案報告書（參賽表格、項目簡述、主體報告及案例附件）
03/08	進行複審及終審，產生最終結果
04/08(上旬)	在中國公關網和《國際公關》雜誌上發佈評審結果
11/08(中旬)	在2008年世界公共關係大會期間舉行頒獎典禮。

評審標準包括材料制作、報告內容、案例調研、案例策劃、公關創意、案例執行及案例評估。

參賽章程及表格可於PRPA網頁下載。有關查詢，請與莫淑儀（電話：9409-4122）或葉衛國聯絡（電話：6446-3688）。✳

會長譚彩鳳談危機處理



本會會長譚彩鳳於八月初接受《盛世》雜誌高級編輯楊浩然訪問，談危機處理。訪問內容涵蓋危機的定義，如何居安思危，以至危機出現後如何化解，對內及對外溝通及面對傳媒的技巧等。



參觀香港電台

譚彩鳳

參觀香港電台成為上一季的皇牌節目之一，報名名額迅即爆滿。香港電台機構傳訊組副總監李少媚首先安排本會會員參觀香港電台電視部，在通往錄影室的通道上，張貼了一幅幅記載著港台發展的珍貴照片，亦是香港廣播業的光輝印記，如昔日的城市論壇、獅子山下劇集等相片。李少媚除詳細介紹錄映廠的設備和拍攝安排外，會員並親臨「傳媒春秋」的錄映廠參觀其實景佈置。參觀期間，大家遇上該節目的主持人李燦榮、毛孟靜和公共事務節目總監梁家永等，好不熱鬧。



會員在錄映廠合照

隨後，會員往電台的直播室收聽現場直播節目。據李少媚透露，港台現仍保持六個頻道廣播，但英語的廣播自回歸後已減至最低。但她強調，所有「烽煙」(phone in)節目的來電沒有被審查，只是表達較清晰及海外來電則有優先權。在錄音室內，各會員並可親身經歷如何製造特別的音響效果。雖然，現在錄音室的音響效果和錄映廠背景板都可以通過電腦製作，但大家對這些傳統道具還是非常感興趣。



香港電台機構傳訊組副總監李少媚介紹製造特別音響效果的道具。

參觀後，香港電台的署理副廣播處長戴健文及機構傳訊組總監陳敏娟與本會會員分享港台的未來路向。戴健文表示，港台作為編輯自主的公營廣播機構，必須以「持平」的態度，為各方締造一個表達意見的平台，以滿足公眾的知情權和保障市民獲取資訊的權利。戴健文慨嘆港台作為公營機構，與商業機構的合作發展受到局限；而作為新聞機構，內部的資訊則容易為外面傳媒取得，為了使員工獲取第一手資料，港台更要加強內部溝通，現已見成效。☒



署理副廣播處長戴健文與本會會員分享港台的未來路向。

閒來執筆 畫出繽紛十色

陳志豪

經過漫長的「辦公室五日戰」，拖住疲憊的身軀走到陽光明媚的星期六。想好好地善用假期，讓自己輕鬆開心一下，做什麼好呢？

我們可能都忘記了，一枝筆、一張紙亦可化作無窮的歡樂。本會早前安排了一次「Art Jam」，讓一班愛好繪畫的會員在珍貴的假期裡，重新執起畫筆，拾回兒時繪畫的樂趣。

是次「Art Jam」於八月四日下午在北角一畫廊舉行。十三名「大畫家」鬧哄哄的從書本及相集中挑選自己喜歡的畫稿，再聽從畫廊工作人員的指示學習使用壓克力(acrylic)油彩。有人要畫自己心愛的花貓，也有人要畫出春光如海的景象，你一言、我一語，畫廊裡歡笑聲此起彼落。大家啖著咖啡，一筆一筆仔細的畫。本會的副會長葉衛國更即席以各人的名字組合，構成一幅美妙獨特的圖畫，為當日的歡聚留念。

繪畫不但能提高自己的創造力，更有助於抒發情感及與朋友建立友誼。這樣享受一個下午還真不錯哩！✕



香港公共關係的教育概況

崔綺雲博士



筆者按：本人去年十月中在台灣政治大學舉行的「廣告暨公共關係國際學術與實務研討會」作了有關香港的公共關係教育概況的報告，全文約一萬字。現將該報告撮要分兩期刊登，文中有關資料以去年十月前為準。有關香港公關教育的資料繁多，如有遺漏，敬請讀者見諒

(續上期)

課程模式與結構

碩士學位課程

中文大學：中大新聞與傳播學院開辦的企業傳播社會科學碩士課程為一年全日制或兩年兼讀制課程，旨在提供有效的企業傳播知識，提高學員的專業水平，掌握企業賴以成功的要素，制定、推行及評估企業的傳播策略。此項課程共二十四個學分，分為必修科和選修科兩類課程：必修科共有四門學科，每科三個學分，其餘為選修科。

浸會大學：浸大傳理學院開辦的傳理學文學碩士分為一年全日制及兩年兼讀制，培養傳播專才與管理人員為目標，透過系統探討傳播及媒體問題，以期提高學生分析能力，並能將傳播理論與知識運用。

此課程分兩個專修科，即綜合傳播管理和媒介研究專科，分三類課程：

- (1) 必修科共三門學科，九個學分。
- (2) 選修科：綜合傳播管理專科設七門科目，每科三個學分；媒介研究專科設五門學科，每科三個學分。
- (3) 研究報告，三個學分，亦可以修課形式替代。

香港大學專業進修學院：港大專業進修學院與美國加州州立大學(California State University, Fullerton (CSUF))合辦的傳播學碩士，旨在提高學生對現代公關發展的認識，掌握公關的概念和專業知識，培養學生成為專業公關從業員。有意修讀此項課程的學生必須先修畢該學院的綜合市場傳訊深造文憑，然後繼續銜接此項碩士課程。畢業生亦只須修讀六門學科，經考試合格，便可獲頒碩士學位。公關深造文憑及碩士學位課程的修讀年期為兩年。

港大專業教育學院另一項課程是與英國Middlesex University合辦名「工作為本學習」文學碩士(傳播)。所謂工作為本(WBS)的課程，目的為培養學生成為自學者，能夠管理及評估自己的學習，亦可為學生提供機會與僱主商議與本身工作環境有關的課題，作為研習的重點，以工作和生活經驗作為學習重點。

這項碩士課程以WBS的理論及方法為基礎，培養從事事務傳訊或企業傳播的人士成為既有理論基礎，亦有專業經驗的傳播專才和領袖。

課程包括兩部份：(1)專業進修學院的公關深造文憑，佔

六十個學分；(2)一年兼讀學習，佔一百二十個學分，屬自學部份。

文憑課程

1. 為持有大學學位人士而設的課程有：

港大專業進修學院：港大專業進修學院的公共關係深造文憑課程，為期一年半，共八個modules。Module一至四為初級課程，module五至八為高級課程，全部共七十二課節，每節三小時。

該院開辦綜合市場傳訊深造文憑課程，旨在協助企業與各類型持份者及受眾建立良好關係，課程為期十五個月。

此外，還開設應用社會科學(市場傳訊)高級文憑課程，為從事市場傳播人士提供進一步進修機會，以求工作有更好的發展。課程包括社會科學十個modules及四個有關市場傳訊的modules。

中大專業進修學院：中大專業進修學院開辦的公共關係與傳播管理專業文憑課程(持有大專學歷並擁有三年或以上工作經驗的人士也可報讀此項課程)為期八個月，六十六課節，每節三小時，旨在教授專業知識同時，並提高學生公關專業技巧，課程分八個modules。

2. 為中五至中七預科生而設的文憑課程

中大專業進修學院：中大專業進修學院開辦的企業及市場傳訊課程分中七畢業生的兩年全日制課程，及中五畢業生設的三年全日制課程，三年制學生至少修九十個學分(一個學分相等於十五個教學小時)，主修課程八十九個學分；兩年制學生至少修七十四個學分，全部為必修科。此項課程開設的科目範圍廣泛，目標以鞏固學生的語文能力為基礎，培養他們有多方面的傳意技巧，以應付各行各業的需求。

香港職業訓練局：其中一分校開辦公關及媒體事業高級文憑，中五或中七程度學生可按其程度進入不同年度的課程。課程旨在培養具備公共關係和媒體專業工作能力，俾能在相關行業一展所長。課程着重兩文三語的傳意訓練，提昇學生對內及對外宣傳和公關工作的書面及口頭傳意能力。

香港各專上學院和專業進修學院開辦有關公關及傳訊課程種類繁多，課程修讀時間長短不一，重點亦有所不同，不能盡錄。

香港公共關係教育的特點

1. 大學本科課程側重點不同、設計和規劃亦有所不同

香港三所大學所開辦大學學位課程，其中浸大與樹仁以公共關係及廣告為主修科，理大則以市場營銷及公共關係為主修科。其中浸大的主修佔的比例最重，為46.7%，而樹仁的公關必修科所佔比例只有12%，兩所大學亦同時設有專題報告一科。

從上述課程分佈來看，浸大較着重本科學習，樹仁側重廣泛的各類媒體和新聞學科學習，以至中國、西方國家及國際傳播歷史和政策等學科都有，較為多元。中英語文方面的學習特別着重，佔25%。

傳播學課程方面，兩所大學都設有傳播學理論，研究方法，傳播法律與操守等課程。

兩所大學都設有實習課程，學生在系內組織以學生營運和管理的公關公司，參與策劃和推行公關及廣告活動，學生亦需要在暑期參加為期兩至三個月的全職實習工作，實習不計學分。

樹仁的三年級學生在暑期會被指派到一個機構工作三個月左右，工作表現由學生及僱主分別評估，分數比例為20%和80%。

至於理大方面的課程，共設十五個科目，科目較少，亦沒有開設傳播學理論等科目，一半以上課程則為市場學有關科目，着重實務或專業技巧方面。課程主要對象為在職人士，故不設有實習科，亦沒有專題研習科。

2. 證書/文憑課程以實用性科目為主

(1) 目前香港大部份持續或專業進修學院開設的短期或長期證書/文憑課程多以實務及技巧科目為主，職業導向性強，除了公關原理一科外，其他科目都較着重實用和技巧的訓練，此外亦多設有專題研習，對促進學員如何應用實際技巧於現實環境中有莫大益處。市場學有關科目如消費者行為，市場推廣管理等科目亦很受歡迎。至於公關在各個行業中的特別功能則只能粗略觸及，個別科目如財經公關，政府公關，網絡及高科技公關等或以短期課程形式進行，一般看行業發展的特點及市場需要而定。上述課程實用性較強，理論性科目較少，亦非此類課程主要目標。

(2) 隨著公關行業的蓬勃發展，文憑或證書課程的需求甚殷，對行內人士或擬入行/轉行的人士，都提供了不少進修途徑。課程既有全日制，亦有兼讀制，適合不同人士的需求，且能銜接其他課程，靈活性高，學員可按自己的程度入讀某課程，這種持續進修的課程一方面可為公關行業培養各個層面的專業人才，另一方面亦可提高社會人士對公關專業的認識。

(3) 持續進修的課程多聘用資深公關專才教授，他們實踐經驗豐富，亦是這類課程受歡迎的原因之一。惟在課程安排上，必須注意連貫性，內容方面避免重疊，課程銜接亦是其中必須注意的問題。一般來說，課程主任或課程顧問都會統籌和協調課務工作，以保證課程質量。

3. 碩士及研究課程

目前，香港的公共關係碩士課程有修課模式，研究模式及自學模式。各項課程中，港大專業進修學院與英國Middlesex University合辦的工作為本學習文學碩士(傳播)課程，研習方向着重學員本身工作環境和內容，以WBS(學習為本)的理論和方法，歸納、總結和評估本身的學習和經驗，從而建構新的知識。這種學習模式在香港的公關和傳播學領域是一種新的嘗試。

綜論

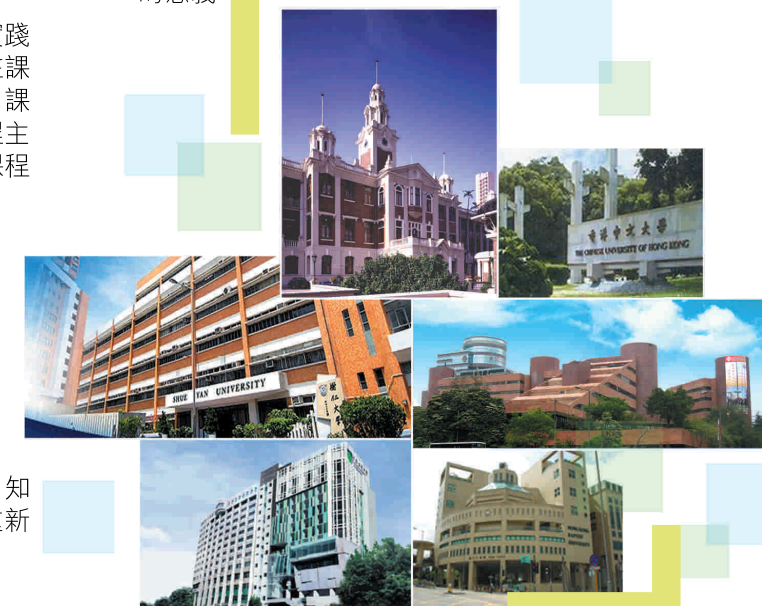
公關專業是一門應用性極強的學科。香港各大學及專業學院提供的必修科目多集中於專業知識和實務方面，這些都是大學生必備的知識和技能。這些課程對培養學生成為公關專業人才是極為重要的。

1. 香港的公關行業已有三、四十年的歷史，隨着社會經濟的發展，內地與香港經濟更加融合，商業往來頻繁，公關的市場不斷擴大，公關功能亦不斷提昇。由於公關的領域的擴闊，財經公關，投資者關係，科技公關，政府與政治公關，危機管理，非營利組織公關，企業公民責任，這些都不再是新的課題了。其他新的課題如公關操守、衝突管理、議題管理、籌款活動、國際公關、跨文化傳播等是公關專業邁向更深、更廣的發展而需要研習的課題，亦是香港公關的教程發展的趨勢。其他行業公關亦將隨着社會的發展而增加其重要性。

2. 公關專業亦是一門知識面涵蓋甚廣的學科，理論和研究方法的學科是公關學的基本課程，香港各大學和學院都有開辦。其他領域的學科知識對於啟發學生，加強學生的理解和分析能力是十分重要的，如心理學，經濟學，政治學，財務知識，公共行政，文化研究等。香港的公關教育在專業知識與其他領域知識如何平衡方面似乎還未能做到兩者兼顧，這有可能是學習課時較為緊張，也可能課程重點不同的原故。

3. 要提昇公關專業的地位必須強化公關理論，發展公關學科和它擴闊的知識領域，因此公關的研究必須加強。目前，香港在這個方面較為薄弱。從事這方面的研究人員很少，香港也沒有公關研究所的設立，研究十分貧乏。學生在理論學習方面的指導也是很缺乏的。

4. 香港的公關市場正在蓬勃發展中，因此公關專業人員的需求亦不斷增加。公關教育對培育人才無疑十分重要。行業在過去二、三十年的發展過程中湧現了一批專業人才，但是，行業仍需提高它的凝聚力，除了提高行業的地位，使更多社會人士認識它的專業性，還可以交流工作經驗，研究業界面對的共同問題。行業組織、學者和從業員如能加強溝通和合作，對於人才的培養，提高工作的質素和行業的發展都有極其重要的意義。



Turning Crisis into Opportunity

26 Oct 07

香港社會服務聯會、香港公共關係專業人員協會合辦

地點：香港灣仔軒尼詩道15號溫沙公爵社會服務大廈一樓禮堂

Opening Remarks: Ms. Christine Fang 方敏生女士
(09:15) Chief Executive, The Hong Kong Council of Social Service
香港社會服務聯會行政總裁

Ms. Eppie Tam 譚彩鳳女士
President, Hong Kong Public Relations Professionals' Association
香港公共關係專業人員協會會長

To convey your organization's message to the public during crisis 在危機中傳遞機構訊息

Facilitator: Ms. Eppie Tam

Session I 09:30-10:30



Speaker:

Mr. Poon Kai Tik 潘啟迪先生
Chief Manager, Hospital Authority
醫管局機構傳訊主管

Mr. Poon has over 30 years of experience in corporate communication, marketing and advertising. He joined the Housing Authority in 1996 then he joined the Hospital Authority in 2004. He has published 11 books on Marketing, Advertising and Work Ethics. His 12th book on Parenting has just been published this summer.



Respondent:

Mr. Lam Siu Sau 林兆秀先生
Corporate Communication Manager,
Evangelical Lutheran Church
Social Service - Hong Kong
基督教香港信義會
社會服務部企業傳訊經理

Mr. Lin has been working in ELCHK for 21 years. He has rich experience in social service, particularly in children-youth service and organizing publicity project. Recent years, he has organized and conducted some innovative community projects for his agency and community.

Media as your partner in communicating with the public 以傳媒作為你的溝通伙伴

Facilitator: Ms. Eppie Tam

Session II 10:30-11:30



Speaker:

Ms. Rachel MS Miu 繆美詩女士
Head of Corporate Communications,
The Link Management Limited
領匯企業傳訊經理

Ms. Miu is the Head of Corporate Communications of The Link Management Limited, manager of The Link REIT which holds Hong Kong's largest retail and carpark portfolio. Prior to joining The Link Management in January 2005, she was the prime time news anchor and public affairs programme host in ATV. Miss Miu graduated with a Master of Business Administration degree from The Chinese University of Hong Kong and obtained her Bachelor's degree from the Journalism School of Ryerson Polytechnic University, Canada.



Respondent:

Mr. Ma Kam Wah 馬錦華先生
Executive Director, Senior Citizen
Home Safety Association
長者安居服務協會總幹事

Since 1989, Mr. Ma has been involving in identifying prospects for the good cause, maintaining long term relationship with the prospects, as well as nurturing them to be long term supporter to his charity. He also initiates the establishment of the Care For the Elderly Association, a most successful fund raising platform formed by 11 charity organizations in HK serving for the elderly of which has totally raised around 30 millions dollars in five years for the hundred elderly service units.

Break

Preparing for the Crisis & Learning from the Crisis 為危機作準備 - 從危機中學習

Facilitator: Ms. Eppie Tam

Session III 11:45 - 12:45



Speaker:

Mr. Kwan Chuk Fai 關則輝先生
General Manager (Corporate
Communication),
NWS Holdings Limited
新創建集團有限公司
企業傳訊總經理

Mr. Kwan has over 20 years of experience in corporate communication, business development and professional management gained from various commercial and multinational organizations including Cathay Pacific Airways, New World First Bus Services Limited and NWS Holdings Limited. He joined New World First Bus in 1998 when the bus company was gearing up for taking over the services from China Motor Bus.



Respondent:

Ms. Susan So 蘇淑賢女士
Director, Hong Kong Society for the
Protection of Children
香港保護兒童會總幹事

Ms. So has 23 years of experience in direct practice, training and social service management and 3 years of experience to serve as an Appointed District Board Member. She has rich experience in planning and implementing children and youth services, family services, professional and family therapy training, total quality and strategic management. Ms. So is also an active advocate on policies and social issues that affect children and families.

**Enquiries: Ms Mani Huen / PRPA (Tel: 8112 0028, 10:00 a.m. - 2:00 p.m., Mon to Fri)
Ms Eppie Tam (Tel: 9096 1221)**

CONFERENCE

Sports Marketing & Sponsorship Conference & Workshop

When: 3 - 5 December 2007, Hong Kong

Where: The Excelsior

Description

How can sports be the next marketing novelty that serves a customized solution to your business? How can the interactive sporting platforms extend the communicative vitality of your brand? Are you all set with sports marketing savvy to soar with this wave of upward momentum?

Attend this 2-Day "Sports Marketing & Sponsorship" conference to reassess, re-strategise & reinvent your marketing plan in alignment with this dynamic multifaceted, multibillion dollar industry. Break through the buzzing sports scene and turn its audience into your customers! Survive the scuffle amongst the megacorps and snag the most apt sporting embodiment for your trade.

Super charge your brand to incite consumer interest!

Don't miss our pre-conference workshop to gain crucial knowledge on how to turn sports sponsorships into a profitable revenue stream for your organisation, and explores the applicability and effectiveness of your sponsorship plan to attain the maximum value from your marketing budget. You can look forward to acquiring a critical understanding of the current issues and challenges in sports sponsorship to better measure and evaluate its success and investment worth with useful tips and tricks.

For Enquiry

Contact Person: Ms Xerene Ng
Telephone: (65) 6372 2201
Fax: (65) 6227 1601
Email: xerene@conferences.com.sg
Website: www.conferences.com.sg/conf-ce.htm