

<<公共关系>>

图书基本信息

书名：<<公共关系>>

13位ISBN编号：9787010040011

10位ISBN编号：701004001X

出版时间：2003-8

出版时间：人民出版社

作者：张践 编

页数：508

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<公共关系>>

### 内容概要

本书共十二章，较为系统地阐述了公共关系作为一门学科的缘起、发展，以及公共关系所涵盖的范围和基础理论知识，并从公共关系活动的实践出发，列举一些具有较强现实意义的生动案例，使本书的理论性和实践性较好的结合，是一本较好的公共关系高等教育教材，满足了当今公关教学的需要。

## &lt;&lt;公共关系&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 绪论 第一节 公共关系的对象 第二节 公共关系的基本要素 第三节 公共关系的相邻范畴  
第二章 公共关系的产生与发展 第一节 公共关系简史 第二节 公共关系产生发展的社会条件 第三节  
中国公共关系的发展第三章 公共关系的职责与功能 第一节 公共关系的角色地位 第二节 公共关系的  
职责 第三节 公共关系的功能第四章 公共关系的机构与人员 第一节 公共关系的组织机构 第二节 公  
共关系的从业人员第五章 公共关系过程 第一节 公共关系调查研究 第二节 公共关系计划的制定 第  
三节 公共关系活动的实施传播 第四节 公共活动的总结评估第六章 公众分析与分众心理研究 第一节  
目标公众分析 第二节 公众心理研究第七章 公共关系宣传 第一节 各种传播媒介的特点及选择 第二  
节 公关写作 第三节 新闻发布第八章 公共关系沟通 第一节 人际传播的性质和特点 第二节 公共关系  
谈判 第三节 公共关系演讲 第四节 公共关系劝说 第五节 人际交往与沟通第九章 公共关系专题活动  
第一节 公关赞助 第二节 举办会议 第三节 庆典活动 第四节 举办展览 第五节 开放组织 第六节 危  
机处理 第七节 国际公关 第八节 网络公关第十章 组织的形象工程——CI设计 第一节 什么是组织CI  
设计 第二节 CIS的基本要素及设计要领 第三节 CIS导入程序第十一章 公共关系礼仪 第一节 公关礼  
仪概述 第二节 公关人员的个人礼仪 第三节 公关活动礼仪第十二章 行业公共关系 第一节 企业公共  
关系 第二节 政府公共关系 第三节 事业团体公共关系 后记 参考书目

## <<公共关系>>

### 章节摘录

第一章绪论本章要点：作为一部教科书的绪论，本章主要介绍公共关系学的研究对象和一些主要概念。

公共关系的涵义，是从语词的发展来说明这一概念的科学内涵。

公共关系的定义则在于揭示公共关系的本质属性。

组织、公众、传播是其三个基本要素。

其中，组织是公共关系的主体，组织的性质不同，其公共关系工作的内容也不相同。

公众是公共关系活动的客体。

具有同质性、群体性和可变性的特点，可以按照组织公关活动的需要进行分类。

传播则是连接公关主体与客体的桥梁，传播活动应当符合传播学的一些基本规律。

最后，绪论界定了公共关系与交际、宣传、广告、营销及庸俗关系学的界限，清理了社会上存在的一些对公共关系的误解。

对于公共关系学科来说，2003年是非常有意义的一年。

1903年，美国《纽约时报》记者艾维·李辞去了报酬丰厚的记者职务，创办了一家“宣传事务顾问所”，开始了他长达31年的职业公关生涯，现代公共关系从此诞生。

## 后记

本书由中国人民大学成人高等教育学院和中央民族大学的部分教师集体编写。我们都是长期从事公共关系教学工作的教师，在我们的教学实践中，亲身体验了公共关系从小到大的发展过程。

由于工作的关系，我们经常接触从事各种工作的成人学生，他们本身就具有丰富的公关活动经验。本书中的一些案例就是他们提供的，所以写作的过程也是一个教学相长的过程。

本书的写作由张践起草写作提纲，全体同事集体讨论，然后分头撰写，最后由张践定稿。

各章的作者分别是：第一章张践第二章张炯第三章汤泽林第四章王国元第五章张

<<公共关系>>

编辑推荐

《公共关系:从理论到实务》是一本较好的公共关系高等教育教材，满足了当今公关教学的需要。

#### 版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>