

<<公共关系学>>

图书基本信息

书名：<<公共关系学>>

13位ISBN编号：9787030198136

10位ISBN编号：7030198131

出版时间：2007-9

出版时间：科学

作者：朗群秀 编

页数：393

字数：512000

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>

<<公共关系学>>

内容概要

本书以实用、创新为特色，吸收国内外公共关系研究的最新成果，结合信息社会、知识经济的特点，引用经典与现实案例，生动、准确地介绍了什么是公共关系、为什么要做公共关系、由谁来做公共关系以及怎样做公共关系等知识。

除介绍公关的原理、历史发展、机构与人员外，重点介绍了公关“四步工作法”、传播、公关活动模式、公关礼仪等新内容，内容涉及当代公关理论与实践的各个方面，具有科学性、创新性、可操作性强的特点。

本书既是高等院校经济管理类专业教材，也可供公共关系、市场营销等专业人员及其他业余爱好者参考。

<<公共关系学>>

书籍目录

第一章 公共关系的本质 第一节 公共关系的含义 第二节 公共关系的要素 第三节 公共关系的特征 小结 案例分析 思考与练习题
第二章 公共关系的发展 第一节 公共关系的前史 第二节 现代公共关系的产生与发展 第三节 公共关系在中国 小结 案例分析 思考与练习题
第三章 公共关系的价值 第一节 公共关系的信息搜集职能 第二节 公共关系的决策咨询职能 第三节 公共关系的传播推广职能 第四节 公共关系的协调沟通职能 第五节 公共关系的功能 小结 案例分析 思考与练习题
第四章 公共关系人员与组织机构 第一节 公共关系意识 第二节 公共关系人员 第三节 组织的公共关系工作机构 小结 案例分析 思考与练习题
第五章 公共关系的对象 第一节 公众的含义和特征 第二节 公众的分类 第三节 基本的目标公众分析 第四节 公众心理分析 小结 案例分析 思考与练习题
第六章 公共关系的传播 第一节 公共关系传播概述 第二节 公共关系传播原则及媒介 第三节 公共关系传播实施技巧 第四节 整合营销传播 小结 案例分析 思考与练习题
第七章 公共关系调查和策划 第一节 公共关系调查 第二节 公共关系策划 小结 案例分析 思考与练习题
第八章 公共关系计划的实施与评估 第一节 公共关系计划实施的意义和特点 第二节 公共关系计划实施的模式 第三节 公共关系评估的意义和程序 第四节 公共关系评估的标准与方法 小结 案例分析 思考与练习题
第九章 公共关系与CIS战略 第一节 CIS概述 第二节 CIS的设计与开发 第三节 CIS开发的作业程序 小结 案例分析 思考与练习题
第十章 公共关系专题活动 第一节 庆典活动 第二节 展览会 第三节 新闻发布会 第四节 赞助活动 第五节 开放参观活动 第六节 危机公共关系管理 小结 案例分析 思考与练习题
第十一章 公共关系礼仪 第一节 礼仪的含义 第二节 公共关系礼仪的基本原则 第三节 公共关系人员的个人礼仪 第四节 服饰礼仪 第五节 宴请 第六节 礼宾次序 小结 案例分析 思考与练习题
主要参考文献

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>