

<<医院公共关系学>>

图书基本信息

书名：<<医院公共关系学>>

13位ISBN编号：9787030284402

10位ISBN编号：7030284402

出版时间：2010-8

出版时间：赵世鸿 科学出版社 (2010-08出版)

作者：赵世鸿 编

页数：316

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>

## <<医院公共关系学>>

### 前言

公共关系是一个社会组织用传播的手段使自己与公众相互了解和相互适应的一种活动或者职能。

它的核心是在经济社会快速发展的条件下，运用恰当的传播手段。

在组织、企业、机构内部和外部保持融洽和谐的关系状态，以赢得社会各界的信任和支持。

达到事业成功的目的，医学在一定程度上说是入学，医院公共关系则是医学科学和人文传播相互影响、相互渗透、相互依存、相互融洽的产物。

是医院对内对外交流的素质体现。

医药卫生体制改革不断深化的大环境下，如何使医院工作随着经济社会的进步、改革制度和措施的建立，朝着健康、有序、可持续方向发展，以适应广大人民群众多层次、多样化的卫生服务需求。

作者在医院公共关系学方面作了坚持不懈的努力。

并取得了显著的成绩，是对医院管理学的丰富和拓展。

加强医学人文教育，就是要加强医学人文学科课程建设和教材建设。

鼓励医学与人文学科的交叉融合。

从事交叉学科研究不是一件容易的事。

必须要下苦功夫。

赵世鸿教授主编的《医院公共关系学》是医院管理学与公共关系学交叉融合的积极探索。

该书针对高等医学教育实际，力求提升医学生的公关意识与公关能力。

公共关系学是以公共关系的客观现象和活动规律为研究对象的一门综合性的应用学科，是研究组织与公众之间传播与沟通的行为、规律和方法的一门学科。

医院公共关系学的产生和发展，是在一般公共关系理论发展和应用的基础上产生的。

作为一门新兴的管理科学和管理艺术，公共关系学在广泛应用子各个行业的同时，也被引用到医疗卫生系统，为医院的生存和发展带来了生机。

如果医院能把公共关系学中防范、处理和善后的方法运用到医患纠纷的处理中。

则可起到法律途径所不能起到的积极作用。

同时。

公共关系学对树立医院形象起着重要作用。

良好的医院形象是提升医院综合实力、增强其竞争力的重要手段，是医院通过自身的存在形式和行为向公众展示的本质特征，进而给公众留下关于医院整体性的印象和良好评价。

## <<医院公共关系学>>

### 内容概要

《医院公共关系学》旨在加强医学人文素质教育，构建和谐医患关系，塑造医院良好形象，紧密围绕医患关系这个焦点、医院危机这个难点、医护礼仪这个亮点、医院形象塑造这个重点而策划组织编写。

在体例结构上，全书分为6篇，计21章，将“原理”、“实务”及“案例”融为一体，力图理论与实际相统一，《医院公共关系学》体例结构新颖，专业色彩浓厚，内容丰富、通俗易懂、实用性强。

《医院公共关系学》既可作为临床、预防、护理、药学、卫生管理、公共事业管理等专业教材，也可作为医院管理岗位培训教材或医院管理者的参考书。

## &lt;&lt;医院公共关系学&gt;&gt;

## 书籍目录

第一篇 医院公共关系理论篇第一章 导论第一节 公共关系概述一、公共关系的涵义二、公共关系的基本性质三、公共关系的基本要素第二节 现代公共关系学的产生与发展一、古代公共关系的起源二、现代公共关系学的产生三、中国公共关系学的兴起第二章 医院公共关系概述第一节 医院公共关系的涵义、基本要素、特点一、医院公共关系的涵义二、医院公共关系的基本要素三、医院公共关系的特点第二节 医院公共关系的职能、方针、原则一、医院公共关系的职能二、医院公共关系的方针三、医院公共关系的原則第三节 医院公共关系学的研究对象和研究内容一、医院公共关系学的研究对象二、医院公共关系学的研究内容第四节 学习和研究医院公共关系学的原则和方法一、学习和研究医院公共关系学的原则二、学习和研究医院公共关系学的方法第三章 医院公共关系主体第一节 医院公共关系主体的涵义和特点一、医院公共关系主体的涵义二、医院公共关系机构的特点第二节 医院公共关系机构一、医院公共关系机构的设置原则二、医院公共关系机构的类型三、医院公共关系机构的职能第三节 医院公共关系人员的素质一、医院公共关系人员的素质要求二、医院公共关系人员的职业准则第四章 医院公共关系客体第一节 医院公共关系客体概述一、医院公共关系客体的涵义二、医院公众的特点三、公众在医院公共关系中的作用第二节 医院内部公众一、医院内部公众的涵义与特点二、医院内部公众的作用三、医院内部公众关系第三节 医院外部公众一、医院外部公众的涵义和作用二、医院外部公众关系第五章 医院公共关系媒体第一节 医院公共关系媒体概述一、医院公共关系媒体的涵义二、医院公共关系媒体的特点第二节 医院公共关系媒体的类型一、人际传播二、群体传播三、组织传播四、大众传播第三节 大众传播的主要媒介一、报纸二、广播三、电视四、互联网第六章 医院公共关系工作程序第一节 医院公共关系调查一、医院公共关系调查的涵义和目的二、医院公共关系调查的意义三、医院公共关系调查的内容四、医院公共关系调查的一般程序五、医院公共关系调查的原则与方法第二节 医院公共关系策划一、医院公共关系策划概述二、医院公共关系策划的特征及原则三、医院公共关系策划的一般程序第三节 医院公共关系实施一、医院公共关系实施的特点与意义二、医院公共关系实施的影响因素三、医院公共关系实施的原则和方法第四节 医院公共关系评估一、医院公共关系评估的概念和意义二、医院公共关系评估的程序和内容三、医院公共关系评估的基本方法四、医院公共关系评估报告的撰写第二篇 医院形象塑造篇第七章 医院形象概述第一节 医院形象的内涵一、医院形象提出的背景二、形象与企业形象三、医院形象的概念四、医院形象的分类五、医院形象的功能第二节 医院形象的特征和要素一、医院形象的特征二、医院形象的要素三、良好的医院形象及其作用第三节 医院形象研究现状一、我国医院形象发展的曲折道路二、关于“医院形象”的文献研究三、医院形象研究的行业特点四、开展医院形象研究的必要性第八章 医院形象塑造第一节 医院形象调查与分析一、医院形象调查研究的概念和意义二、医院形象调查研究的基本原则三、医院形象调查的常用指标四、医院形象坐标分析五、医院形象差距分析六、医院形象调查研究的步骤七、调查设计的基本原则第二节 医院形象定位与建树一、医院形象定位的概念和意义二、定位活动本质特征与原则三、医院形象定位的技巧四、医院形象定位导向与方法五、医院形象定位与建树的步骤六、不同医院的定位特点第三节 医院形象检验与评估一、医院形象检验与评估的概念二、医院形象评估的目的三、医院形象评估的程序四、医院形象评估的方法五、医院形象评估报告第九章 医院形象的CIS导入第一节 CIS概述一、CIS的涵义二、CIS的形成与发展三、医院CIS的特征四、CIS的功能五、CIS系统构成要素第二节 医院CIS系统的设计与导入一、医院CIS系统的设计与导入过程二、医院理念识别系统(MIS)的设计要点三、医院行为识别系统(BIS)的设计要点四、医院视觉识别系统(VIS)的设计要点五、医院导入CIS的时机六、医院导入CIS的重点环节七、医院导入CIS系统应注意的问题第十章 医院形象调查常用方法和技术第一节 医院形象调查的方法一、医院形象调查方法分类二、问卷调查技术第二节 其他常用调查研究方法一、满意度调查与评价方法二、SWOT分析方法三、对公众意见的分析研究第三篇 医患关系篇第十一章 医患关系第一节 医患关系概述一、医患关系的定义二、医患关系的性质三、医患关系的特点第二节 医学的发展与医患角色一、医学的产生与发展二、医学模式三、医生角色四、护士角色五、患者角色第三节 医患关系的演变一、古代医患关系二、近代医患关系三、现代医患关系第四节 现代医患关系的剖析一、医患伦理关系二、医患法律关系三、医患经济关系四、医患文化关系第十二章 医患纠纷第一节 医患纠纷的内涵第二节 医患纠纷的分类一、责任性纠纷二、技术性纠纷三、权益性纠

<<医院公共关系学>>

纷四、医德性纠纷五、认知性纠纷六、经济性纠纷第三节 医患纠纷的特点一、职业性二、专业性三、复杂性四、争议性五、责任性第四节 医患纠纷的原因一、社会因素二、沟通障碍因素三、患者因素四、医方因素五、医学科学发展的局限性第十三章 医患沟通第一节 医患沟通的涵义一、什么是医患沟通二、医患沟通的要素三、医患沟通的作用四、医患沟通的基本原则第二节 医患沟通的目的 一、适应现代医学模式二、促进正确诊断三、完善医疗过程四、医患互惠双赢第三节 医患沟通的内容一、医学观念沟通二、医疗信息沟通三、医患情感沟通第四节 医患沟通的障碍一、医患沟通障碍的原因二、医患沟通障碍的基本分类第五节 医患沟通的方式一、医患口语沟通二、医身体态语沟通三、医患书面语沟通第十四章 护患关系与护患沟通第一节 护患关系一、护患关系的涵义和特征二、护患关系的基本模式三、护患关系的影响因素第二节 护患沟通一、护患沟通的概念二、护患沟通的意义三、护患沟通的基本原则第三节 护患语言沟通与技巧一、护患口头语言沟通与技巧二、护理书面语言沟通技巧第四篇 医院危机公关篇第十五章 医院危机公关概述第一节 医院危机的概念及其成因一、医院危机的概念和分类二、医院危机的主要类型及其成因第二节 医院危机公关一、医院危机公关的概念二、医院危机公关的要素三、医院危机公关的目标四、医院危机公关的特点五、医院危机公关的主要类型六、医院危机公关的原则第十六章 医院危机公关四个阶段第五篇 医院公关礼仪篇第十七章 医院公关礼仪概述第十八章 医务人员常用礼仪 第十九章 医院教学礼仪第六篇 医院公关专题活动篇第二十章 医院公共关系专题活动第二十一章 医院公共关系写作参考文献

## <<医院公共关系学>>

### 章节摘录

插图：咨询建议是指医院公关人员向医院领导和管理部门提供有关工作方面的可靠的情况说明和意见。

咨询建议是信息传播的重要环节和基本目的。

采集信息不能为采集而采集，采集来的信息必须充分发挥作用，其中最重要的是将收集来的各种信息加以整理、选择、分类、归档，建立信息库，以便咨询建议时能做到迅速及时、条理分明。

或直接提供给领导，或代拟文稿，或编写简报、编印资料刊物等，供领导层决策和在管理过程中采纳。

咨询建议职能的发挥是在医院医疗和管理的过程中，协助医院领导考虑复杂的社会因素，平衡复杂的社会关系，从医疗目标、患者公众和整体环境的角度评价决策的社会影响和社会后果，使决策实施的效果有利于树立医院的良好形象。

医院公关参与医院决策的全过程。

在医院获取决策信息、确定决策目标、拟定并实施决策方案的整个过程中，离不开公关的积极参与。

医院公关人员不是决策者，但对决策者的决策起着重要的辅助作用。

（四）传播宣传的职能医院公共关系在医院管理中发挥着传播宣传的作用，即通过各种传播媒介，将医院的有关信息及时、准确、有效地传播出去，为医院营造良好的公众舆论，争取公众对医院的了解、理解和肯定，从而达到塑造医院良好社会形象的目的。

传播宣传是医院和公众共同的需求和愿望。

对医院来说，不仅靠一流的医疗技术和优质的医疗服务求得生存，还要通过传播宣传，使医院的政策、决定、措施和处境、努力及善意都为公众和社会了解、理解。

现代公共关系观念强调，“酒好也怕巷子深”，不仅做得好还要说得好。

传播宣传通过电视、广播、互联网、宣传栏、医院报纸和刊物，座谈会、交流会以及日常医生和护士与患者接触中的交谈等途径和手段，进行医院与患者及相关公众间的信息双向交流，都可以达到传播宣传的目的。

传播宣传活动的关键是客观、真实、准确、及时，既不能欺骗公众，也不能总打“马后炮”。

医院公共关系传播宣传是医院公共关系的重要职能。

<<医院公共关系学>>

编辑推荐

《医院公共关系学》：供临床、预防、护理、药学、卫生管理、公共事业管理等专业使用。

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>