

<<公共关系学>>

图书基本信息

书名：<<公共关系学>>

13位ISBN编号：9787040194944

10位ISBN编号：7040194945

出版时间：2006-6

出版时间：高等教育

作者：熊卫平

页数：296

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

《公共关系学：理论 实务 案例》由公关基础理论、公关基本实务及公关经典案例等三部分组成。书中论述了公关三大要素，即公关主体、公关客体、公关手段在公关管理中的地位；阐明了公关调查、策划、实施、评估等工作程序的规范要求；并将公关理论与实务知识、公关实践结合，在案例评析中，强化了对公关理论指导意义以及公关实践本质特征的探索。

《公共关系学：理论 实务 案例》具有较强的普适性、实用性以及教与学的互动性，特别提供了具有创新性的公关案例分析模式，从而强化了对公关理论指导意义及公关实践本质特征的探索。

《公共关系学：理论 实务 案例》可供大专院校学生必修或选修课使用，也可供社会各界进行公关培训或一般读者自学。

<<公共关系学>>

书籍目录

第一部分 公关基本理论第一章 公共关系概述1.1 公共关系的定义及基本特征1.2 公共关系概念的三种具体应用1.3 公共关系与相关实务的辨析1.4 公共关系的基本管理职能第二章 公共关系的历史与现状2.1 公共关系的萌芽2.2 美国公共关系理论及实践的发展过程2.3 美国现代公关产生和发展的历史条件2.4 公共关系在中国的发展过程及前景第三章 公关三大基本要素3.1 公关主体——社会组织及公关从业人员3.2 公关客体——各类内部及外部公众3.3 公关手段——传播与沟通第四章 公关四步工作过程4.1 公关调查4.2 公关策划4.3 公关实施4.4 公关评估第二部分 公关基本实务第五章 公关调研5.1 公关调查的基本方法及具体运用5.2 公关调查报告的撰写第六章 公关新闻传播6.1 撰写公关新闻稿及新闻资料6.2 策划公关事件6.3 举办新闻发布会第七章 公关专项活动7.1 公关广告7.2 导入CIS7.3 公关各类专项活动7.4 公关赞助活动7.5 公关展览活动第八章 公共关系的危机管理8.1 公共关系危机管理的概念8.2 公关危机管理的基本过程第九章 公关礼仪规范9.1 礼仪的公关管理意义9.2 公关礼仪的特点及准则9.3 公关礼仪的基本内容第三部分 公关案例评析案例一 责任等于机会案例二 谁的责任案例三 两次下跪案例四 惠普之道案例五 黄绿之争案例六 联合利华的“本土化”战略案例七 天然水与纯净水之争案例八 可口可乐、麦当劳和迪斯尼联合称霸江湖案例九 壳牌美境行动案例十 “中海油”海外上市案例十一 博雅公关之“认知管理”案例十二 伦敦地铁爆炸案案例十三 “中国未来50年”——’99财富全球论坛附录一 国际公共关系道德准则二 中国公共关系职业道德准则三 国际公共关系教育经验四 公共关系从业人员的资格准入及考评参考文献结束语

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>