<<现代公关实务技巧>>

图书基本信息

书名：<<现代公关实务技巧>>

13位ISBN编号：9787040318050

10位ISBN编号：7040318059

出版时间：2011-7

出版时间：高等教育出版社

作者：徐飙 编

页数：460

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>

<<现代公关实务技巧>>

内容概要

《现代公关实务技巧（第2版）》是教育部2004-2007年立项通过的推荐教材，是根据现代公共关系的工作方法、工作步骤和工作技巧而编写的实用性培训教材。

全书由揭开公共关系的神秘面纱、组织形象的塑造与维护、公众关系的沟通与协调、公共关系传播的方法与要领、公共关系调查、公共关系策划、公共关系实施、公共关系评估、公共关系专题活动的运作技巧、公共关系危机处理的技巧、商务活动中的公共关系技巧、人际交往中的公共关系技巧、公共关系写作技巧、网络公共关系技巧等部分组成。

具体而翔实地介绍了公共关系工作的“三种方法”、“四个步骤”和“六个技巧”，强调了公共关系工作的操作性、实践性和应用性。

《现代公关实务技巧（第2版）》在培训内容设置、培训形式设计和体例编排上具有创新性、实用性和操作性三大特点。

每章内容后面均设计了大量的练习与训练。

全书注重实务，条理清晰，体现了教者好教、学者易学的特点。

《现代公关实务技巧（第2版）》可作为职业公关、办公室文员、文秘及相关专业的教学用书，以及公关员职业资格证书考试的参考用书，也可用于公共关系人员的速成培训，还可供相关从业人员自学使用。

<<现代公关实务技巧>>

书籍目录

第一章 揭开公共关系的神秘面纱一、什么是公共关系二、公共关系的兴起与发展三、公共关系的构成要素四、公共关系工作的目标、方法与程序第二章 组织形象的塑造与维护一、组织形象的基本构成二、组织形象的设计与CIS战略三、组织形象的管理与维护四、企业文化的构建第三章 公众关系的沟通与协调一、组织内部关系的沟通模式与渠道二、组织内部关系的沟通方法三、组织外部关系的协调方法四、公众投诉的处理第四章 公共关系传播的方法与要领一、公共关系传播概述二、公共关系传播媒介及其特点三、新闻宣传运作与媒介沟通四、常见传播资料的制作第五章 公共关系调查一、公共关系调查的内容范围二、公共关系调查的一般程序三、公共关系调查的基本方法四、公共关系调查报告的撰写第六章 公共关系策划一、公共关系策划的原则和要素二、公共关系策划的程序三、公共关系策划的方法四、公共关系策划文案的撰写第七章 公共关系实施一、公共关系实施的特点和原则二、公共关系实施的步骤三、公共关系实施的模式第八章 公共关系评估一、公共关系评估的内容二、公共关系评估的程序三、公共关系评估的方法四、公共关系评估报告的撰写第九章 公共关系专题活动的运作技巧一、新闻发布会二、展览展销三、开放参观四、赞助活动五、庆典活动六、联谊活动第十章 公共关系危机处理的技巧一、企业可能存在危机的辨别二、处理危机的主要原则三、制定妥善的危机管理计划四、应对危机的具体操作方式第十一章 商务活动中的公共关系技巧一、公共关系促销功能与策略二、公共关系与销售因素三、商务谈判中的公共关系技巧第十二章 人际交往中的公共关系技巧一、公共关系日常交往礼仪二、人际交往中的语言技巧三、人际交往中的非语言技巧四、公共关系人际交往要领第十三章 公共关系写作技巧一、日常公共关系文书的起草二、公关新闻稿的写作三、公关演讲稿的写作四、公关广告文案的制作第十四章 网络公共关系技巧一、网络公共关系概述二、网络公共关系策划三、网络公共关系策略附录 公关员国家职业标准主要参考文献

章节摘录

实际社会形象状态的调查。

组织的实际社会形象状态一般总和组织自我期望形象目标存在一定差距。

其中原因十分复杂，有的是由于组织自身机制不完善、传播方式不得法等，有的则是由于社会政治、经济、文化及公众心理的变化，亦有一些是因为同行业之间的激烈竞争乃至竞争对手的刻意打压所致。

但不管出于何种原因，了解这一现状是必要的。

从某种意义上说，它是组织形象有效管理的前提条件。

形象差距的分析比较。

将组织的实际社会形象状态与组织的自我期望形象比较，就能找出两者之间的差距。

深入分析形成这种差距的原因，采取积极措施来弥补或缩小这种差距，正是组织形象管理工作的重要内容。

(4) 组织形象的准确定位和监测调控 组织形象的有效管理，关键还在于对组织形象的准确定位和监控。

所谓组织形象的准确定位，是组织在认清自我、熟悉对手、了解组织独特的事业成长点和对社会的贡献点的基础上，确定自身个性形象塑造和宣传的主攻方向，并用浓缩的语言表达出来。

一些社会组织拟定的“形象口号”，所表明正是组织形象的这种定位。

它可以准确、生动、简明地将组织富于个性的形象传递给公众，给公众留下较为深刻的印象。

同时，对组织自身来说，它也是一定时期内形象建设所必须达到的目标。

对公共关系人员来说，在帮助组织确定自身的形象定位之后，必须根据这一定位，全面检查并制定组织的形象塑造和传播计划，并主动及时地对组织形象的动态变化状况进行监控，不断校正组织形象与公众期望之间的偏差。

.....

<<现代公关实务技巧>>

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>