

<<公共关系理论与实务>>

图书基本信息

书名：<<公共关系理论与实务>>

13位ISBN编号：9787115270214

10位ISBN编号：711527021X

出版时间：2012-1

出版时间：人民邮电出版社

作者：詹捍东，阙娜 主编

页数：229

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>

<<公共关系理论与实务>>

内容概要

《公共关系理论与实务》全面、系统地介绍了公共关系的基本理论和社交礼仪的基本知识，并在此基础上重点阐述了公共关系实务、公共关系技巧与技能、社交礼仪规范等，内容全面，体例新颖，案例丰富，利于读者结合公共关系与社交礼仪的实践加以应用。

《公共关系理论与实务》可作为高职高专院校市场营销、人力资源管理等专业的教材，也可作为企业管理人员及相关行业从业人员的培训或参考用书。

<<公共关系理论与实务>>

书籍目录

- 第一部分 公共关系原理
 - 第一章 公共关系概述
 - 第一节 公共关系的概念与特征
 - 第二节 公共关系的基本原则
 - 第三节 公共关系的起源与发展
 - 第二章 公共关系的三要素与职能
 - 第一节 公共关系的主体——组织
 - 第二节 公共关系的客体——公众
 - 第三节 公共关系的中介——传播
 - 第四节 公共关系的职能
 - 第三章 公共关系组织机构与人员
 - 第一节 公共关系组织机构的类型
 - 第二节 公共关系从业人员
- 第二部分 公共关系实务
 - 第四章 公共关系工作程序
 - 第一节 公共关系活动调查
 - 第二节 公共关系活动策划
 - 第三节 公共关系活动计划实施
 - 第四节 公共关系活动评估
 - 第五章 企业形象与CIS
 - 第一节 组织形象的概念与构成
 - 第二节 组织形象地位图
 - 第三节 CIS的概念与特性
 - 第四节 CIS的导入与组织形象塑造
 - 第六章 内部员工关系
 - 第一节 员工关系概述
 - 第二节 员工沟通的内容和形式
 - 第三节 员工沟通技能
 - 第七章 外部公众关系
 - 第一节 消费者关系
 - 第二节 社区关系
 - 第三节 媒介关系
 - 第四节 政府关系
- 第三部分 公共关系技巧
 - 第八章 公共关系专题活动
 - 第一节 记者招待会与新闻发布会
 - 第二节 庆典与展览会
 - 第三节 赞助活动
 - 第四节 其他活动
 - 第五节 公共关系广告
 - 第六节 公共关系文书
 - 第九章 公共关系危机管理
 - 第一节 危机概述
 - 第二节 危机公关
- 第四部分 社交礼仪

<<公共关系理论与实务>>

第十章 个人礼仪

第一节 仪容美

第二节 仪态美

第三节 仪表美

第十一章 交际礼仪

第一节 称呼与见面礼

第二节 介绍与名片

第三节 电话与馈赠礼品

第四节 乘车与拜访接待

第五节 餐饮礼仪

附录 公关文书

参考文献

<<公共关系理论与实务>>

编辑推荐

1.《全国高职高专市场营销专业规划教材：公共关系理论与实务》内容实用，很多实务的讲解都是手把手教你怎么做，可以说学完即懂； 2.编写老师为教学一线的老师，懂得如何把实践教学与课堂教学进行融合； 3.体例新颖，融入了对学生实践技能的培训。

<<公共关系理论与实务>>

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>