

<<公共关系实务>>

图书基本信息

书名：<<公共关系实务>>

13位ISBN编号：9787303121908

10位ISBN编号：7303121900

出版时间：2011-8

出版时间：北京师范大学出版社

作者：杨国兰，黄爱华 主编

页数：247

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>

<<公共关系实务>>

内容概要

《公共关系实务》以项目为载体，以技能训练为主线，以相关职业活动为导向，根据工作过程、工作任务、工作情境设计学习任务，依据职业能力设定编写目标，通过深入企事业单位调研，确定从事相关岗位所应具备的公共关系管理各项能力，设定学习项目、学习内容，教材内容贴近岗位需求，目标突出实用性，体例突出逻辑性、层次性，训练设计突出实践性，语言精练、规范、易懂，适应社会培养应用型人才的需要，是一本全新体例的“公共关系”教材。

《公共关系实务》可作为应用型本科、高职高专、中职学校、职业培训机构公共关系课程的教材，也可以为企事业单位内部培训使用。

<<公共关系实务>>

书籍目录

引言

- 任务一 领悟公共关系内涵
- 任务二 分析公共关系构成要素
- 任务三 形成公共关系意识

项目一 公共关系调查研究

- 任务一 拟订公关调查方案
 - 步骤一 公关调查准备
 - 步骤二 拟订公关调查方案
- 任务二 实施公关调查
 - 步骤一 运用观察法实施调查
 - 步骤二 运用访谈法实施调查
 - 步骤三 运用问卷法实施调查
- 任务三 撰写公关调查报告
 - 步骤一 整理、分析、处理调查资料
 - 步骤二 撰写公关调查报告

项目二 公共关系策划

- 任务一 确定公关目标和主题
 - 步骤一 确定公共关系目标
 - 步骤二 设计公共关系主题
- 任务二 选择公关模式和策略
 - 步骤一 分析和确定公众
 - 步骤二 确定活动形式
 - 步骤三 选择传播媒介
 - 步骤四 选择公关模式和策略
- 任务三 策划专题公关活动方案
 - 步骤一 拟订庆典活动方案
 - 步骤二 拟订新闻发布会方案
 - 步骤三 拟订赞助活动(公益活动)方案

项目三 公共关系实施与评估

- 任务一 筹备公关活动
 - 步骤一 确定公关活动的场地
 - 步骤二 公关活动工作项目的分解与管理
 - 步骤三 制订公关活动实施进度计划
- 任务二 实施公关活动
 - 步骤一 邀请来宾
 - 步骤二 做好接待工作
 - 步骤三 组织实施公关活动
 - 步骤四 实施过程中的检查及监控
- 任务三 评估公共关系效果
 - 步骤一 选择评估内容、确定评估标准
 - 步骤二 实施评估
 - 步骤三 撰写评估报告

项目四 组织形象塑造

- 任务一 组织形象分析与评价
 - 步骤一 分析企业形象

<<公共关系实务>>

步骤二 评价组织形象

任务二 组织形象策划与设计

步骤一 理念识别(MI)的设计

步骤二 行为识别(BI)的设计

步骤三 视觉识别(VI)的设计

任务三 CIS导入与实施

步骤一 CIS导入时机的选择

步骤二 CIS手册的编制

步骤三 CIS的实施管理

项目五 公共关系沟通与传播

任务一 公共关系协调

.....

项目六 公共关系危机管理

附录 “公共关系”课程成绩汇总

主要参考文献

章节摘录

(二) 公共关系与庸俗关系的区别 庸俗关系就是平常所说的“拉关系”、“走后门”等庸俗的社会现象,它是一种非正常的、不健康的、庸俗化的人际关系。

由于公共关系引进我国的时间还不长,人们对公共关系的含义理解得不够准确,一些人认为公共关系就是关于“拉关系”、“走后门”的学问,这就是把公共关系误解成了庸俗关系。

公共关系和庸俗关系有着本质的区别,表现在以下几个方面。

1.两者产生的社会基础不同 公共关系是市场经济条件下的产物。

在激烈的市场竞争条件下,企业从对商品的竞争转向对公众的竞争,谁拥有公众,谁就能在竞争中取胜,而对公众的竞争实质上就是组织形象的竞争。

所以,一个社会组织要塑造良好的形象,构建良好的公共关系已成为其赖以生存和发展的必要前提;而庸俗关系则是生产力低下、卖方市场和经济落后的表现。

当经济落后、商品数量短缺时,即使劣质产品和服务往往也供不应求,公共关系对于组织还没有成为需要;同时,人们的活动范围也局限狭小,局限于固定的地域,从而使社会关系具有浓厚的宗族关系、地域关系的性质,人们习惯于生活在熟人社会中,并对外人产生排他性,局外人想从这个关系网中分享一份利益,获得某些商品或服务,就必须与其中的某个人建立关系,“拉关系”、“走后门”的根源就在于此。

2.两者代表的利益不同 公共关系将组织利益和公众利益有机地结合在一起。

公共关系所追求的是组织在公众心目中的良好形象,强调通过组织的政策、行动来赢得公众的理解和支持。

任何一个组织,只有在组织利益和公众利益相互协调、互利互惠的前提下才能得到发展,因此公共关系下的组织利益和公众利益是一致的。

而庸俗关系背离广大公众的利益,所追求的是小团体特别是个人的私利,甚至为了一时的既得利益,不惜损人利己、损公肥私,危害社会和公众的利益。

3.两者的手段不同 公共关系活动以事实为基础,利用大众传播媒介,通过双向信息交流,协调组织与公众的关系,以取得公众对组织的了解和支持,因此公共关系人员光明正大地采用公开的、合法的、符合社会道德准则的手段来塑造组织的良好形象,实现组织与公众的共同利益。

而庸俗关系为逃避公众舆论的谴责和法律的制裁,总是采取隐蔽的、不正当的、不合法的手段进行私下交易,通过投机钻营以达到不可告人的目的,如行贿受贿、徇私舞弊等,因此被形象地称为“走后门”。

4.两者的性质不同 公共关系作为一种状态是客观存在的,作为一种活动是组织与公众之间的必要沟通,它对于组织的生存和发展具有重要意义,因此,公共关系已成为现代组织应予重视、研究和应用的一门新兴管理学;而庸俗关系则是一种不正之风,它损害了国家和集体的利益,我们应借纠正党风、反腐倡廉之机,对其进行坚决抵制。

.....

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>