第一图书网, tushu007.com

<<企业公共关系新编>>

图书基本信息

书名：<<企业公共关系新编>>

13位ISBN编号：9787306027641

10位ISBN编号：7306027646

出版时间：2003-8

出版时间：中山大学出版社

作者：巴文华

页数：239

字数：300000

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

第一图书网, tushu007.com

<<企业公共关系新编>>

内容概要

在《公共关系学》的精品课程建设中，我们提出了三项研究课题，即：（一）实现教学内容和教学手段的全面知识更新；（二）追求课堂教学的文化品格和审美韵味；（三）开展双向交流的互动式教学。

《公共关系学》本是一门实用性很强的课程，它包含“原理”和“实务”两大部分，原理要讲清林“是什么”、“为什么”，以知其然百知其所以然；实务要讲清楚“做什么”、“怎么做”，以增强将一所从事的职业活动能力。

第一图书网, tushu007.com

<<企业公共关系新编>>

书籍目录

第一章 绪论——一门极具魅力的公众事务管理学科　一、课程性质与培养目标　二、公共关系的研究对象　三、新世纪中国公共关系现况第二章 公共关系概念辨析与社会文化品格　一、公共关系涉及的相关概念　二、五类有代表性的公共关系定义第三章 公共关系的历史沿革　第一节 西方现代关系的诞生　一、西方公共关系前史　二、西方现代公共关系产生的历史条件　三、西方现代公共关系的创始人物　第二节 西方现代公共关系的发展　一、40年代后期——“二战”战后恢复重建时期　二、50至80年代——公共关系进入成熟时期　三、90年代以后的“强势公关”时期　四、现代公共关系的发展趋势　第三节 中国公共关系本土化的进程　一、20世纪六七十年代港台公共关系的兴起——“移栽时期”　二、20世纪八九十年代中国大陆“公关热”——“粗放时期”　三、20世纪90年代末至新世纪初年——“成熟时期”第四章 公共关系构成要素　第一节 组织　一、组织的主体地位　二、企业公共关系部　三、公共关系从业人员的人才素养　第二节 公众　一、公众（Public）的定义　二、公众与群众、大众、人民、人群含义的辨析　三、公众的特性　四、公众的分类　第三节 传播（上）　一、传播（Communicate）概念辨析　二、传播对于公共关系的实质意义　三、传播模式研究　第四节 传播（中）　一、施拉姆“双向反馈控制论模式”　二、纽科姆“A-B-X”平衡理论模式　三、伯恩的“人格结构PAC理论”　四、日本经营评论家创立的“实用组合会话法”　第五节 传播（下）　一、传播的类型　二、传播类型金字塔　三、大众传播效应比较　四、传播手段的选择原则第五章 公共关系的特点和实施原则　一、公共关系的特点　二、公共关系实务的实施原则第六章 企业目标公众的职能协调第七章 组织形象管理第八章 企业公共关系危机管理《企业公共关系》习题集期末考试样题汇编·题型说明职业道德标准荟萃主要参考书目后记

第一图书网, tushu007.com

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