

<<公关礼仪概论>>

图书基本信息

书名：<<公关礼仪概论>>

13位ISBN编号：9787308074872

10位ISBN编号：7308074870

出版时间：2010-4

出版时间：浙江大学出版社

作者：刘建长，程旭兰 编著

页数：266

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>

## &lt;&lt;公关礼仪概论&gt;&gt;

## 前言

公关礼仪是一门综合性应用学科，它以建立社会组织与公众之间良好的沟通关系，在社会上树立组织的良好形象为宗旨。

在公共关系和其它工作中，人与人的交往需要懂得人际交往技巧和社交礼仪，没有公关意识的员工不是一个好员工，不掌握一定公关知识和人际交往技巧的人很难成为一个好的企业经营者。

公关礼仪在现代社会发展中承担着塑造人，提升人的修养，为各类社会组织培养合格人才，为社会物质文明、精神文明和政治文明建设服务的职责。

高职院校培养的都是高等应用型人才，区域经济建设需要所有的高职毕业生都具有一定的公关知识和人际交往技巧，以更好地服务社会和企业。

本教材主要包括了公共关系、人际关系学和礼仪等三个方面的内容，适当补充了部分心理学基础理论。

全书由浙江纺织服装职业技术学院人文学院副院长刘建长副教授和宁波大学传媒学院程旭兰副教授共同编写。

编写思路是以高职学生社会交往能力培养和提升为目标，让学生认识社会关系处理对事业发展的意义和价值，懂得人际关系在个人发展中的作用，学会并掌握社会交往礼仪，促进学生毕业后尽快与社会实践接轨，顺利进入和熟悉工作岗位和角色。

成为受用人单位欢迎的有教养、有涵养的人才。

教材中，对原理的讲述突出经典、精彩、精练的特点，让学生喜欢读、用得上、可以随时查阅；对历史的回顾讲究简明、生动、具体，让学生愿意学、有兴趣听、容易记；对现实的描述注重贴近时代、贴近生活、贴近学生，让学生感到现实生活的脉搏和社会运行的律动，吸引他们迅速投身于其中发挥自己的才干。

教材中，公共关系部分简明扼要地介绍了公共关系学的基本理论和基础知识，同时注重传授和训练学生的公共关系工作基本技能。

人际关系部分的内容注重联系实际培养学生的人际关系沟通技能。

礼仪部分的内容着重介绍礼仪的基本原理和相关知识，培养学生在生活中、在工作岗位上的礼仪素养。

教材注意主旨清晰，结构严谨，章节之间内在联系密切，表达简单明了；注重引导学生思考问题，研究公关礼仪技巧，提高学生的学习兴趣，培养学生观察、分析、解决实际问题和搞好公关活动策划的能力。

## <<公关礼仪概论>>

### 内容概要

《公关礼仪概论》，主要包括公共关系、人际关系学、礼仪三个方面的内容，适当补充了部分心理学基础理论。

三个方面的内容各占约三分之一的篇幅。

公共关系部分简明扼要介绍公共关系学的基本理论和基础知识，同时注重传授和训练学生的公共关系工作基本技能。

人际关系部分的内容注重联系实际培养学生的人际关系沟通技能。

礼仪部分的内容着重介绍礼仪的基本原理和相关知识，培养学生在生活中、工作岗位上的礼仪素养。

公共关系的处理离不开人际关系；离开了人际关系原理的讲授，礼仪也显得空泛；离开人际关系，公共关系的所有努力难以实施。

本书最突出的特点是加入了人际关系的内容，这个特点是全国的此类教材都不具备的特点。

因此，此教材的学习和掌握不仅有利于培养大学生的社会交往能力，使学生认识社会关系处理对事业发展的意义和价值，也使他们懂得人际关系在个人发展中的重要作用，学会并掌握社会交往礼仪，促进学生毕业后尽快与社会实践接轨，顺利进入和熟悉工作岗位和角色，成为受用人单位欢迎的，有教养有涵养的人才。

## <<公关礼仪概论>>

### 书籍目录

第一章 公共关系的基本含义第二章 公共关系的起源、历史和发展第三章 公共关系的主体与客体第四章 公共关系的信息传播与效果第五章 人际关系的特征、作用与角色意识第六章 人际关系的形成、发展与类型第七章 人际交往的原则和技巧第八章 礼仪的概论第九章 礼仪的历史沿革第十章 人际交往礼仪（一）第十一章 人际交往礼仪（二）第十二章 服饰礼仪第十三章 社会组织礼仪第十四章 涉外礼仪  
后记参考文献

## &lt;&lt;公关礼仪概论&gt;&gt;

## 章节摘录

临的地方。  
企业重视员工，把员工的支持看成是企业成败的关键，才搞这样的活动。  
通过这次活动，也表达了这样的愿望：只有全体员工共同努力，中美合资北京吉普的事业才有可能兴旺发达。

4.提供中国新闻记者协会“边疆万里行采访”活动用车 记者的采访活动需要用车，到边疆的采访活动需要越野吉普车，北京吉普满足了这样的需求，参与几次这种大型的边疆和外地采访活动。提供吉普汽车，提供路途上的费用，是为了支持新闻单位对边疆的采访报道工作，也是对公益事业的支持，同时通过这项活动扩大自己的各种型号的越野车的影响力。

(三)地处东南沿海的国有企业通过模仿引进公共关系 广州白云山制药总厂创始于1973年，目前是广东省首批上市的广州白云山制药股份有限公司的核心企业，隶属广州医药集团有限公司。白云山商标已成为中国驰名商标。

广州白云山制药厂承包广东省足球队 1984年，广州白云山制药厂承包广东省足球队，广东省足球队改名白云山队。

这是当时公共关系工作在中国体育界、中国企业界具有划时代意义的事件。

此前，中国的体育事业都是依靠国家的力量来支持发展，人们不知道，企业也可以涉足体育事业，人们也不明白，为什么企业要拿出自己的钱，用于体育事业的发展。

当时，广东省体委的人到白云山制药厂谋求赞助，通过沟通，制药厂表示愿意承包省足球队。经过商议，广东省体委同意了企业的申请。

广东省足球队改名白云山队，震动全国体育界，全国的媒介连续报道，扩大影响。

体育界欢欣鼓舞，发现了一条吸引社会各界支持，积蓄力量成长的道路。

而企业界，却有一批人在问，为什么要这样做。

当时的广州白云山制药厂厂长说：企业支持体育事业发展，国外有先例，他们能办到的，我们也能办到。

承包广东省足球队，是因为国家有文件，鼓励企业支持体育运动发展。

也是因为我们有这个能力，可以拿出钱来帮助和支持广东省足球队。

这件事带来的好处是，承包以后，可以扩大我们的影响，我们的产品好销售，我们的职工有自豪感，我们的企业有凝聚力，我们的生意好做了。

甚至有外资找上门来，要与我们合作创办其他的产业。

这样的好事，何乐而不为呢？

从当时的企业负责人的讲话看，广东白云山足球队的组建，是我国国有企业模仿开展公共关系工作的一种尝试。

广州白云山制药厂承包广东省足球队之后，加强了运动队的管理，赏罚分明，调动了队员的积极性，球队水平得以提升，使之从国家乙级队跃上国家甲级队。

为了提高运动水平并进步扩大影响，他们组织和举办国际四城市友好邀请赛，邀请香港海峰队、新加坡国家队、日本日产队和白云山队共同参加比赛，吸引了更多关注，扩大了企业在东南亚地区的影响。

<<公关礼仪概论>>

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>