

<<公共关系学>>

图书基本信息

书名：<<公共关系学>>

13位ISBN编号：9787308079488

10位ISBN编号：7308079481

出版时间：2010-9

出版时间：浙江大学出版社

作者：郑生勇 主编

页数：348

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>

<<公共关系学>>

内容概要

本书是一门探讨和研究社会组织如何通过有效的传播手段得到公众的理解与支持，以树立良好的组织形象、提高行业综合竞争力的管理科学。

再版后，本书理论阐述更加翔实、信息资讯量更大、案例时代感与代表性更强，不仅方便教师选取其中内容有针对性地组织教学、便于学生的自学和思考，而且还是相关人士提高公共关系操作技能及开展专业技能培训的指导性资料。

为了方便读者利用网络资源，书中列举了搜寻公共关系案例的相关网站，这对强化读者自主学习能力将有极大的帮助。

<<公共关系学>>

书籍目录

第1章 公共关系概述

1.1 公共关系的概念和相关知识的界定

1.1.1 公共关系的基本概念

1.1.2 公共关系的构成要素

1.1.3 公共关系的本质属性

1.1.4 公共关系的基本原则

1.1.5 公共关系的认知误区

1.2 公共关系的起源和发展

1.2.1 公共关系的产生原因

1.2.2 公共关系的发展历程

1.2.3 现代公共关系发展的趋势

本章小结

思考练习

第2章 公共关系的职责与功能

第3章 社会组织

第4章 公众

第5章 公共关系传播

第6章 塑造组织形象

第7章 公共关系广告

第8章 公共关系运作程序(一)

第9章 公共关系运作程序(二)

第10章 公关沟通技巧

第11章 公共关系礼仪

第12章 公关专题活动

第13章 公共关系危机的防范于应对

参考文献

章节摘录

1.1.2 公共关系的构成要素 通过对公共关系概念和内涵的剖析，我们可以知道公共关系是由组织、公众和传播三个基本要素构成的一个系统。

这三个要素既有独自的功能，又相互影响、相互促进，形成一种整体效应，使组织保持良好的公共关系状态，并产生积极的社会形象。

1.公关主体——社会组织 在人类社会生活中，人与人之间会发生各种各样的联系和交往，在这些交往活动中，人们发现单个人的活动往往会受到种种限制，因而逐渐产生了各种社会组织。

我们这个社会之所以会丰富多彩、不断发展，就是因为各种组织之间在不停地相互影响和作用，新的组织不断地产生并努力壮大，已有的组织竭力维护自己的利益以实现扩张。

组织的生存和发展与很多因素有关，自身的实力、良好的管理、适宜的环境是组织成功的基础，公共关系作为一种管理职能，则是从如何建立和维护组织与公众之间的互利互惠关系、树立组织良好形象的角度来促进组织的发展。

公共关系是一种组织活动，而不是个人行为，因此，组织是公共关系活动的主体，是公共关系的实施者、承担者。

我们在理解公共关系时，特别要注意这一点，不要把一些个人的行为也说成是公共关系。

如比尔·盖茨夫妇向慈善基金会捐赠2.5亿美元，用以防治儿童疟疾等病症，这是个人行为，而不是公共关系。

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>