第一图书网, tushu007.com

<<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：9787313065063

10位ISBN编号：731306506X

出版时间：2010-6

出版时间：上海交通大学出版社

作者：陈福明，韦宏 著

页数：299

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

前言

公共关系学产生于20世纪20年代的美国，经过近100年的发展，人们在公共关系方面积累了丰富的理论知识和实践经验。
随着社会经济与传播业的发展，公共关系发挥的作用日益增大。
目前，公共关系学已经成为高校经济管理类专业的专业基础课程，日益受到各院校的重视，也受到了学生的欢迎。
本书就是根据目前公共关系人才培养的总体目标，针对高职高专课程改革与教材改革的需求而编写的“就业导向、工学结合、双证融通”新课程模式的教材。
本教材在内容、编排上的特色和创新主要有：（1）内容新颖.本书内容为公共关系学科最前沿的知识和信息。
搜集、整理并运用最新的公共关系案例、技巧、方法和手段，对公共关系进行讲解，使学习者能够了解到本学科最前沿、最及时的信息.（2）分项目编排，任务明确。
本书采用了分项目编排的形式，通过项目引导、任务驱动等形式，引导学生在熟悉公共关系理论的同时掌握时机操作技巧。
（3）配套资料齐全，指导性强。
本书还配备了电子课件、习题集、案例库等拓展资源，可帮助学习者更好地掌握公共关系的知识。

内容概要

《21世纪高等职业教育通用技术规划教材：公共关系理论与实务（经济类专业）》为“21世纪高等职业教育通用技术规划教材（经济类专业）”之一。
全书系统地介绍了公共关系的功能与层次、人员与机构、基本原则和工作程序、塑造组织形象等基本知识，针对市场营销公共关系实务，以及企业、政府、非营利组织等公共关系实务，进行了详细而又深入浅出的论述，使读者能够通过这部分内容的学习，掌握企业、政府及其他非政府组织的公共关系的理论和实务。
《21世纪高等职业教育通用技术规划教材：公共关系理论与实务（经济类专业）》还介绍了危机公共关系的处理方式和技巧，对于提高学生的应变能力、增强危机意识、提高分析和处理危机能力具有积极的指导意义。
最后，用两个专题介绍了庆典、招待会等公共关系处理技巧。
《21世纪高等职业教育通用技术规划教材：公共关系理论与实务（经济类专业）》在每章均附有公关实战和同步练习，为读者在提高公共关系方面的实际工作能力奠定良好的基础。
本教材适用于高职、高专经济管理类及相关专业的教材，亦可作为政府、企事业单位员工的培训教材，并可供其他从事公关工作的人员参考。

书籍目录

1 绪论 1.1 公共关系的基本含义 1.2 公共关系的产生条件和发展阶段 1.3 公共关系要素 同步练习 2 公共关系的职责、层次与功能 2.1 公共关系的职责 2.2 公共关系的层次 2.3 公共关系的功能 同步练习 3 内部公共关系和外部公共关系 3.1 内部公共关系 3.2 外部公共关系 同步练习 4 公共关系意识、机构与人员素质 4.1 公共关系意识 4.2 公共关系机构 4.3 公共关系人员 同步练习 5 公共关系的基本原则和工作程序 5.1 公共关系的原则 5.2 公共关系的工作程序 同步练习 6 组织形象的塑造和公共关系礼仪 6.1 组织形象的内涵 6.2 组织形象的塑造 6.3 企业识别系统(CIS) 6.4 公共关系礼仪 同步练习 7 组织形象的塑造和公共关系礼仪 7.1 企业公共关系的主要目标 7.2 员工关系的沟通与协调 7.3 股东关系的沟通与协调 7.4，企业与消费者的关系 7.5 企业与新闻媒介的关系 同步练习 8 政府公共关系 8.1 政府公共关系的必要性 8.2 政府公共关系操作 同步练习 9 非营利组织公共关系 9.1 非营利组织公共关系概述 9.2 非营利组织公共关系的原则和途径 9.3 三种非营利组织的公共关系 同步练习 10 公共关系危机管理 10.1 危机及危机管理概述 10.2 危机的预测与预防 10.3 危机管理实务 同步练习 11 公共关系专题 11.1 庆典活动 11.2 宴请活动 11.3 展览会 11.4 记者招待会 11.5 其他公共关系 同步练习 参考文献

章节摘录

我们可以看出，从19世纪初由巴纳姆提出的“凡宣传皆好事”到艾维.李的“讲真话”，爱德华.伯纳斯的“投公众所好”，到20世纪中叶卡特李普和森特提出的“双向对称”论，现代公共关系经过半个多世纪的发展，已明确地形成了完整的基本思想和基本原则，这种基本思想与基本原则是符合当代社会的进步与发展的，因此，它以不可阻挡之势，迅速传遍了世界各地，也必然进入改革开放的中国。

1.2.3公共关系在我国的发展　　公共关系是商品经济高度发达的产物，也是社会文明进步的标志。
它在经济发达的欧美、日本等国已经热门了近百年，但在我国起步较晚，应以20世纪60年代登陆香港、台湾地区为发端，20世纪80年代初传入中国大陆，最初发端于我国沿海地区的宾馆、饭店和旅游业，并迅速在沿海开放城市形成了一股公关热，这些旅游宾馆业卓有成效的公共关系活动对企业的生存和发展显示出巨大的促进作用，因而公共关系也被一些大中型企业所重视和采用，并在实际中显示出相当大的效果。
1989年，随着一部影响较大的电视连续剧《公关小姐》的播映，公共关系这一概念被更多的中国人所了解和接受，公共关系活动领域也大为拓展，从企业界到政界以至外交界等，我国的公共关系事业进入了一个蓬勃发展的新时期。
短短二十多年就在我国政治、经济、社会、文化等领域产生了积极的影响，取得了良好的社会效果。
但是，公共关系在我国大陆的发展并不是一帆风顺的，由于受到种种因素的干扰和制约，在发展过程中曾经历许多坎坷和挫折，大致呈现出由南向北、由东向西、由服务行业向工业企业、由外资企业向国有企业、由企业组织向政府组织逐步发展的格局，而且发展过程也呈现出明显的阶段性。

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