

<<公共关系学>>

图书基本信息

书名：<<公共关系学>>

13位ISBN编号：9787502545116

10位ISBN编号：7502545115

出版时间：2003-7

出版时间：化学工业出版社

作者：沈永祥 编

页数：154

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

公共关系已经成为现代社会组织的一项管理职能，也成为了组织战略重要的组成部分，是组织主动适应和协调不断变化着的内部、外部环境的重要职能。

同时，公共关系通过形象和信息传播，被用作方向性渗透、目标突破、关系沟通和解决冲突重要手段。学习公共关系势在必行。

《教育部高职高专规划教材：公共关系学》共分十章，深入浅出地介绍了公共关系的发展历史、原理、职能、公关机构、公关的对象、公关的模式、公关的程序、公关的传播、公关广告、公关的日常工作与专项工作、CIS与公关、公关礼仪等。

《教育部高职高专规划教材：公共关系学》大量采用最新的案例，并进行较为清晰的分析，使学生在 学习过程中能在比较轻松的情况下学有所获。

《教育部高职高专规划教材：公共关系学》可供高等职业教育各专业使用，同时也可以供中等职业学校和从事公共关系工作的人员参考使用。

<<公共关系学>>

书籍目录

第一章 公共关系概述第一节 公共关系的概念一、公共关系的涵义二、公共关系的状态三、公共关系的活动第二节 公共关系产生的条件与发展趋势一、公共关系产生的条件二、公共关系在中国的传播与发展第三节 公共关系的构成要素一、公关活动的主体二、公关活动的对象三、公关活动的媒介第四节 公共关系的原则和特征一、公共关系的原则二、公共关系的特征第五节 公共关系的意识一、形象意识二、公众意识三、沟通意识四、协调意识五、开放意识六、互惠意识七、创新意识思考题第二章 公共关系职能第一节 信息情报职能一、组织外部信息二、组织内部信息第二节 咨询参谋职能一、关于组织形象评估的咨询二、关于公众心理预测的咨询三、关于社会环境变动趋势预测的咨询四、关于组织方针政策的咨询第三节 沟通协调职能一、内部的沟通协调二、外部的沟通协调三、公共关系纠纷第四节 传播外交职能一、传播信息，引导舆论二、社会交往，促进友谊思考题第三章 公共关系的组织机构与从业人员第一节 公共关系部门一、职能地位二、设置原则三、组织结构四、人员配备第二节 公共关系公司一、基本特征二、经营方式三、专业优势第三节 公共关系人事一、职业人员二、职业素质三、职业准则四、职业培训思考题第四章 公共关系工作对象和工作模式第一节 公共关系工作对象的分类一、公众的概念二、公众的分类第二节 社会组织的内部公众一、职工二、股东第三节 社会组织的外部公众一、顾客二、社区三、政府四、新闻界五、金融界六、社会名流七、外宾客商第四节 公共关系工作模式一、宣传型公共关系二、交际型公共关系三、服务型公共关系四、社会型公共关系五、征询型公共关系六、建设型公共关系七、维系型公共关系八、进攻型公共关系九、防御型公共关系十、矫正型公共关系思考题第五章 公共关系工作程序第一节 公共关系调查一、公共关系调查的方法二、公共关系调查的内容第二节 公共关系策划一、组织形象设计二、确定公关目标三、选择公关模式四、制定工作计划五、编报财务预算第三节 公共关系实施一、选择宣传媒介二、确定活动方式第四节 公关效果评价一、形象效果检测二、年度总结报告三、社会效益评价四、新闻舆论分析思考题第六章 公共关系传播第一节 公共关系的手段要素--传播一、传播的概念与特征二、传播的组成要素第二节 公共关系传播的功能与目的--一、公共关系传播的社会功能二、公共关系传播的目的第三节 公共关系传播的内容与形式一、公共关系传播的内容二、公共关系传播的形式第四节 公共关系传播媒介的选择一、传播媒介的分类与特点二、选择传播媒介的依据第五节 公共关系传播的效果一、传播效果的含义和分类二、枪弹论与有限效果论三、理想传播效果的条件分析思考题第七章 公共关系广告宣传第一节 公共关系广告的特点和类型一、公共关系广告的特点二、公共关系广告的类型第二节 公共关系广告的制作与推出一、确定公共关系广告主题二、选择公共关系广告媒体三、广告文案的构思四、公共关系广告的推出第三节 广告效果的测定与评判一、主观评价二、客观测量思考题第八章 公共关系日常工作和专项活动第一节 公共关系日常工作一、调研、咨询、文秘二、交际、接待三、宣传、协调第二节 公共关系专项活动一、营销推广二、社会赞助三、展览、展示四、危机处理五、开幕庆典六、开放参观七、广告设计八、礼品服务思考题第九章 CIS战略与公共关系第一节 CIS战略的起源与发展一、CIS战略的起源二、CIS战略的发展第二节 CIS战略的基本内涵一、CIS战略的定义二、CIS战略的构成第三节 CIS战略与公共关系的关系一、CIS战略与公共关系的联系二、CIS战略与公共关系的区别第四节 CIS战略的作业要求一、CIS战略的发展方向二、CIS视觉识别的设计要求三、CIS视觉识别系统的作业流程思考题第十章 公共关系礼仪第一节 公共关系礼仪概述一、礼仪二、公共关系礼仪三、社交方式第二节 公关交谈礼仪一、语言交谈二、非语言交谈三、聆听艺术四、公关交谈礼仪及技巧第三节 日常交往礼仪一、见面与介绍礼仪二、握手礼仪三、通讯礼仪第四节 聚会礼仪一、聚会的形式二、聚会的要求第五节 外事往来礼仪一、外事往来的形式二、外事往来的要求思考题主要参考书目

<<公共关系学>>

编辑推荐

其它版本请见：《公共关系学（第2版）》

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>