

<<大众公共关系学>>

图书基本信息

书名：<<大众公共关系学>>

13位ISBN编号：9787505830967

10位ISBN编号：7505830961

出版时间：2002-8

出版时间：经济科学出版社

作者：白 巍

页数：455

字数：340000

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>

<<大众公共关系学>>

内容概要

本书在内容上有如下几点值得读者注意： 第一，吸取了公关界一些有重要价值的研究成果，并将其与自己的研究成果有机融合。

第二，对《公关原理》等著述中关于公关基本问题的研究及所阐述的理论观点，作了进一步的补充、校正、完善和深化。

第三，对我已出版的公关书中重要的、有价值的内容进行了汇集、整理。

第四，写进了近四年来我在公关科学化、本土化、中国化、大众化方面的最新研究成果。

总之，这本《大众公共关系学》基本上是按学术著作来写的。

但同时，这本书以可以作为高校公关教材使用，也可以作为面向社会公众的公共关系学普及读物。

<<大众公共关系学>>

书籍目录

序第一章 绪论 公关的发展之路 一、必要的回顾 二、无法回避的问题 三、出路第二章 公共关系学的几个基本概念 一、对几种“公共关系”定义的分析 二、对公共关系学几个基本概念的再认识第三章 公关行为活动的价值、机制、原理和原则 一、公关行为活动的价值 二、公关行为活动的机制 三、有效公关行为活动的原理 四、公关行为活动的正确原则第四章 需求和心理关系 一、公共关系中的需求关系 二、公共关系中的心理关系 三、公众类型和公共关系类型 四、掌握研究公众的正确立场、观点和方法第五章 公关传播 一、公关传播的运作机制及控制 二、公关传播基本构成要素及处理 三、各类信码功能特点 四、影响和参与公关传播的隐含因素 五、公关传播整合及基本传播方式 六、传送传播的基本原则第六章 公关方法与谋略 一、公关行为活动的基本方法 二、公关行为活动谋略第七章 公关活动的策划 一、公关策划的内容、本质 二、公关策划的一般程序、内容和组织方法 三、公关策划中的思维操作 四、功能类公关活动的策划与实施第八章 公关职业化和产业化 一、中国古代的职业公关 二、当代职业公关 三、公共关系部 四、公共关系公司 五、公共关系与公共关系公司各自的优劣势第九章 重构中国公关文化 一、公关与文化 二、中国传统公关文化 三、重构中国公关文化主要参考书目后记

<<大众公共关系学>>

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>