

<<公共关系>>

图书基本信息

书名：<<公共关系>>

13位ISBN编号：9787505860827

10位ISBN编号：7505860828

出版时间：2007-6

出版时间：经济科学

作者：栗玉香 编

页数：264

字数：400000

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>>

### 内容概要

本书是财政部“规划”教材，由财政部教材编审委员会组织编写并审定，作为全国高职高专院校财经类教材。

本书有三个显著特点：（1）注重实用，内容新颖。

全书突出本层次特点，注意知能结合。

理论以够用为度，突出实用。

体现在内容安排上，加大了旨在加强学生实际应用能力培养的篇幅，重点突出公关实务与技巧。

（2）结构严谨，逻辑性强。

本书在体系建构上，既保证了该学科基本体系的科学性、系统性，又注重体现本层次的特点，结构严谨，简明扼要。

（3）可读性、可操作性强。

全书理论阐述深入浅出，并附有大量的专栏、案例与实操内容，图文并茂，生动活泼，富有可读性和吸引力，使学生读来不感乏味而受到睿智的启迪，并能够尽快掌握从事公关活动的技能与技巧。

## &lt;&lt;公共关系&gt;&gt;

## 书籍目录

第1章 公共关系概述 第一节 公共关系基本概念 第二节 公共关系产生与发展 第三节 公共关系职能与原则 主要概念 基本训练 单元实训第2章 公共关系三大要素 第一节 公共关系主体——社会组织 第二节 公共关系客体——公众 第三节 公共关系媒介——传播 主要概念 基本训练 单元实训第3章 公共关系工作程序 第一节 公共关系调查 第二节 公共关系策划 第三节 公共关系方案实施 第四节 公共关系效果评估 主要概念 基本训练 单元实训第4章 组织形象分析与设计 第一节 组织形象分析 第二节 组织形象设计 第三节 CIS战略 主要概念 基本训练 单元实训第5章 公众关系处理 第一节 内部公众关系处理 第二节 外部公众关系处理 主要概念 基本训练 单元实训第6章 公共关系宣传 第一节 公共关系新闻宣传 第二节 公共关系广告宣传 第三节 公共关系其他宣传方式 主要概念 基本训练 单元实训第7章 专题公共关系活动 第一节 专题公共关系活动概述 第二节 专题公共关系活动实施技巧举要 主要概念 基本训练 单元实训第8章 公关谈判与国际公关 第一节 公关谈判 第二节 国际公关 主要概念 基本训练 单元实训第9章 公共关系危机处理 第一节 公共关系危机及预防 第二节 公共关系危机处理 主要概念 基本训练 单元实训第10章 公共关系礼仪 第一节 公共关系礼仪概说 第二节 公共关系基本礼仪 第三节 涉外公共关系礼仪 主要概念 基本训练 单元实训第11章 公关交际与语言 第一节 公关交际 第二节 公关语言 主要概念 基本训练 单元实训第12章 大学生求职公关艺术 第一节 大学生求职中的自我推销 第二节 大学生求职的公关艺术 主要概念 基本训练 单元实训附录1 《国际公共关系协会行为守则》附录2 《中国国际公共关系协会会员行为准则》附录3 公关员国家职业标准（2003年）主要参考文献

## &lt;&lt;公共关系&gt;&gt;

## 章节摘录

第1章 公共关系概述 第一节 公共关系基本概念 一、公共关系基本定义 (一) 公共关系定义上的众说纷纭 公共关系简称公关, 该词源于英文Public Relations (缩写为PR), 20世纪80年代中期后在我国被广泛使用。

公共关系作为一种客观存在, 可以说, 在人类社会产生的同时就已开始出现, 但一直处于盲目的原始状态。

只是到了20世纪初, 现代意义上的公共关系才开始在美国产生和发展起来, 至今刚刚百年而已。

由于公共关系的历史短, 学科建设晚, 人们对公共关系的认识还存在许多不一致的地方, 这主要表现在人们对公共关系的定义上。

目前, 世界各国公共关系专家们给公共关系所下的定义多达1000种以上, 我国各种公共关系著作给公共关系所下的定义也在20种以上。

公共关系定义上出现的众说纷纭现象, 说明作为一门学科的公共关系本身还不成熟, 人们对公共关系本质认识的统一还需要一个过程。

(二) 公共关系基本定义 根据公共关系所包含的内容及特质, 本书给公共关系做出如下定义: 公共关系是社会组织为了塑造自身形象, 通过传播、双向沟通手段和活动影响公众的科学和艺术。

对于以上定义, 我们可以从五个方面予以理解和把握: 1. 公共关系的根本目的是塑造社会组织自身的良好形象。

组织形象是公共关系理论的核心概念, 是贯穿公共关系理论与运作的一条主线。

2. 公共关系是社会组织通过传播、沟通手段影响公众的过程。

公共关系的主体是社会组织, 客体是公众, 手段是传播、沟通。

换言之, 社会组织、传播沟通、公众是构成公共关系的三大要素。

3. 公共关系主体与客体之间的交流、沟通是双向的。

只有通过双向沟通, 公众才能接受社会组织发出的信息, 社会组织也才能接受公众的信息反馈, 从而不断改善组织生存和发展环境, 调整自身形象, 实现组织的最终目标。

组织与公众之间的双向沟通关系使公共关系同其他关系区别开来。

4. 公共关系既是一种状态, 也是一种活动。

公共关系是一种客观的社会状态, 也就是说, 公共关系总是在特定的社会关系状态和公众舆论状态的基础上展开, 也必然影响和造成一定的社会关系状态和公众舆论状态。

#### 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>