

<<公共关系教程>>

图书基本信息

书名：<<公共关系教程>>

13位ISBN编号：9787508015934

10位ISBN编号：7508015932

出版时间：1998-10

出版时间：华夏出版社

作者：（美）司各特.M.卡特利普

页数：560

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>

<<公共关系教程>>

内容概要

本书通过介绍公共关系学的概念及其特殊功用，阐述了公共关系学的原理和实践。此外，本书提供的理论基础，能让人认识现代其他书籍和课程中所探讨的一些更深入的主题，如：写作与技巧，研究与评价，管理课题与案例研究等24年来，本书被誉为公共关系学的“圣经”。

《公共关系教程》第七版共分四篇：第一篇，对公关行业范畴、基本概念、从业人员及其工作背景和所做所为的缘由进行了阐释；第二篇，就支持、指导公共关系实际运用的基本原理和理论体系进行了系统介绍；第三篇，将公关理论研究与公关实践运用相结合，概括论述了公共关系实践中的四大步骤；第四篇，通过描述公共关系学的职能作用以及这一学说在商业、政府部门、协会团体和非营利组织中的具体作用，进一步说明了公共关系实际运用的内涵。

<<公共关系教程>>

作者简介

司各特·M·卡特利普：乔治亚大学亨利·W·葛拉蒂新闻和大众传播学校荣誉退休系主任。

阿伦·H·森特：圣地亚哥州立大学杰出讲师，摩托罗拉公司前公共关系部副部长。

格伦·M·布鲁门：圣地亚哥州立大学传播学校教授。

<<公共关系教程>>

书籍目录

第一篇 公共关系学的概念、从业人员、工作环境和历史沿革 第一章 当代公共关系导论 概念的演进 实践中概念的确定 与市场营销学的混同 公关职能的组成部分 大众传播 广告宣传 新闻代理 公共事务 问题管理 游说行为 投资者关系 发展关系学 认可与成熟 参考读物 注释 第二章 公共关系中的执业人员数量与分布情况、工作部门、教育程度和培训状况 女性：新兴的主力军 薪水收入 工作任务 职能作用 交际专家 专家意见 人际交往的促进者 解决问题的行家 职能作用的研究结果 经理型与技术型公关人员 周边环境的影响 小结与评估 玻璃屋顶的局限 少数民族的局限 职业化进程 职业成功之道 参考读物 注释 第三章 企业环境要素 公司企业内部渊源 公共关系始于企业高层管理需求 人事作用 决策作用 企业内部职能部门 部门优势 部门缺陷 部门名称和隶属关系 同其他职能部门共同工作 市场营销部门 法律咨询部门 劳动人事部门 企业开发部门 企业外咨询公司 公共关系咨询公司 广告代理公司 专业咨询公司 外部咨询的缘由 委托人 - 咨询公司的相互关系 公关咨询者的优势 公关咨询者的缺陷 公关咨询公司的费用 公共关系职能部门的完善 参考读物 注释 第四章 公共关系的历史沿革 古老的起源 变革和广告中诞生的公共关系 美国的初始阶段 公共关系发展中期 新闻代理 政治宣传 商业活动 其他公关活动 公共关系发展成熟期 萌芽时期：1900年—1917年 早期的公关咨询公司 先驱人物 其他代表人物 其他行业中公关的发展 第一次世界大战时期：1917年—1919年 20年代繁荣时期：1919年—1929年 罗斯福时代与第二次世界大战：1930年—1945年 战后的繁荣：1945年—1965年 全球信息时代：1965年—迄今 参考读物 注释 第二篇 当代公共关系学基础 第五章 道德规范和职业化 道德基础 职业道德 信赖规则 职业特权 社会权益 行业优势 公关行业其他职业基础 职业教育 学历教育 继续教育 公关研究和知识范畴 公关知识范畴 公关研究的赞助 公关文献资料 领取执业执照和依法备案 执业合法性 备案 职业机构 全美公共关系协会 (PRSA) 国际商务交流者协会 (IABC) 加拿大公共关系协会 (CPRS) 公共关系研究学会 (英国) (IPR) 公共关系咨询联合会 (英国) (PRCA) 国际公共关系协会 (IPRA) 行业、区域和地区协会组织 大学生协会组织 职业道德观念 面向新天地 参考读物 注释 第六章 法律依据 公共关系和宪法第一修正案 商业性宣传 企业政治理念的抒发 全国大选 复决和政治事件 游说行为：请求权 游说行为 平民游说行为 国外代理游说行为 劳、资方的交流 代表的选举 集体磋商 金融公共关系 业绩收入报告 有价证券交易 欺诈行为 新闻媒体方式 印刷传播媒体 广播宣传媒体 获得政府资料和会议信息方式 诽谤和隐私权 诽谤与谣言 隐私权 著作版权和商标 著作版权 商标 参考读物 注释 第七章 经济理论依据：协调与适应 社会生态学研究方法 基本趋势和变革 环境保护领域 医疗保健体制改革领域 艾滋病 经济和商业的全球化 信息时代的全球性交流 社会家庭的重新组合 人权与个人权利的加强 领先时代潮流 系统工程研究 环境变化的压力 子系统工程和超级系统工程 系统工程中的企业组织 发散系统工程和闭合系统工程 发散系统工程中的控制论 公共关系学发散系统工程模式 参考读物 注释 第八章 信息交流与公众舆论 公众注意力的争夺战 传播与交流 信息交流过程模式诸要素 信息发出者 信息内容 信息媒体或信息通道 信息接受者 交流双方相互关系的内涵 社会环境因素 信息交流过程的作用 培养对周围世界的洞察力 建立宣传议程 信息传播和革新 社会支持的确定 公众与公众意见 公众意见的定义 公众社会 个体定位与群体定位 个体定位 群体定位 群体定位后形成的社会舆论 群体定位的关系 参考读物 注释 第九章 执业媒体和新闻媒体间关系 内部公众信息传播媒体 文字出版物 公司企业出版物 信函 插页和附加宣传品 演讲稿、文献和企业资料的重印 广告宣传栏 言语传播 流言蜚语 会议 演讲和演讲团体 图像与文字 电视电话会议 闭路电视系统 (CCTV) 录像带、影片和幻灯片 展示与展览 外部公众信息传播媒体 新闻报刊 有线网络服务公司和新闻辛迪加 杂志 无线电广播 电视 有线电视 与新闻媒体的合作 中间人 良好新闻关系指南 与新闻媒体合作指南 参考读物 注释 第三篇 当代公共关系管理程序 第十章 步骤一：公共关系问题的确定 公关管理的具体过程 公关策略制订过程中调查研究的作用 调查研究的态度 系统调查研究中善于倾听 公共关系问题的确定 公关问题的描述 公关问题的情况分析 问题调查研究过程 非正规的或“探索性”的方法 个人联系 关键的信息线人 团体交谈和公众讨论 咨询委员会和参事会 信访投诉员 免费热线电话 公关信函分析 实地调研报告 规范的调研方法 辅助性分析和在线数据库 信

息内容分析 抽样调查 参考读物 注释 第十一章 步骤二：公关项目规划与程序设计 战略性思考 作为战略思考有机部分的公共关系学 管理人员的期望 战略性管理 企业使命描述 目标管理 战略策略和战术 项目规划的缘由 公关项目的撰写 公关项目的规划 经营运作理论的职能作用 目标公众的确定 公关项目工作任务的撰写 项目实施的计划 撰写项目计划方案 灾难和危机的预测准备 建立信息发布中心 预算规划 公关项目要素的检测 公关项目规划的出售 参考读物 注释 第十二章 步骤三：实施与交流 行动与交流 企业公关策略的行为成分 积极负责的行为 协调行动与信息交流 发散系统工程行为反应 企业公关策略的交流成分 信息资料的构成 语义学研究 意象符号 障碍与成见 宣传活动中的综合运用 信息的传播过程 公关信息交流 战略的实施 参考读物 注释 第十三章 步骤四：公关项目方案的评估 公关项目效果评估的促进 项目效用评估研究过程 项目方案评估的阶段 项目准备的评估标准及方法 项目实施的评估标准及方法 项目作用效果评估的标准及方法 项目评估结果的阐释及使用 参考读物 注释 第四篇 公共关系实践 第十四章 商业与工业 竞争环境中的公共关系 企业环境中公共关系的称谓 企业公司的社会责任 现代公共关系的前奏：动荡不安的60年代和70年代 公司社会责任新纪元：本世纪80年代 90年代中公共关系所面临的挑战 公司企业的慈善事业 企业财经关系 消费者事务与“市场营销组合”现象 产品质量的探索 作为公关模式的企业实践 参考读物 注释 第十五章 政府与政治团体 政府部门公共关系的作用 让公众信息灵通 美国新闻署 国民的参与 政府公共关系的障碍 公众的冷漠 政府立法对公共关系职能的敌视 政府一大众传媒之间的关系 政府宣传的途径 政府对新闻媒体的依靠 关于政府的新闻报道 军队中的公共关系 运作中的政府部门 政治中的公共关系 参考读物 注释 第十六章 非营利性企业、医疗保健业和文教事业 非营利性企业中公共关系的作用 志愿者行动和慈善事业 慈善机构氛围的改变 慈善机构职能的改变 医疗保健事业 危机中的医疗保健体制 作为市场营销手段的公共关系 新闻媒体的作用 社会福利事业 文化教育事业 教育事业的资信度 公立学校的公共关系 大学高等教育 大学校长的公关任务 教会及其他非营利性企业 参考读物 注释 第十七章 贸易团体、职业协会和工会组织 协会的种类 协会和社团 为多重主人服务的问题 变革和收获的新纪元 公共关系日益发展的重要性 项目策划的性质 工会组织 公共关系的作用 罢工问题 工人运动的挑战 参考读物 注释

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>