第一图书网, tushu007.com

<<公共关系学>>

图书基本信息

书名：<<公共关系学>>

13位ISBN编号：9787508493510

10位ISBN编号：7508493516

出版时间：2012-1

出版时间：中国水利水电出版社

作者：张晓明，谢先达 编

页数：257

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

第一图书网, tushu007.com

<<公共关系学>>

内容概要

《普通高等教育“十二五”规划教材：公共关系学》主要对公关历史、公关基本理论及公关实务知识等主体内容进行了阐述；与其他公共关系学科的教材相比，《普通高等教育“十二五”规划教材：公共关系学》紧扣许多最新热门案例，增加了绿色公关、警察公关、网络公关、政府公关等前沿话题的文献研究与社会动态点评；在编写中，《普通高等教育“十二五”规划教材：公共关系学》注重贯彻“历史一理论一实务一职业”的主线，要求学生了解历史，掌握基本理论，加强实务技能，突出职业意识。

《普通高等教育“十二五”规划教材：公共关系学》主要内容包括：公共关系发展历史沿革；公共关系基本理论；公共关系实务知识；公共关系职业化发展与职业道德准则。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

张晓明，男，1971年1月生，浙江东阳人，毕业于西南交通大学MBA专业，浙江工业大学副教授，技术经济与管理专业硕士生导师。
2009年入选浙江省“新世纪151人才工程”。
主要从事“公共关系学”、“管理学”、“领导科学与艺术”、“商务礼仪与沟通”等课程的教学与研究工作。
主要科研方向：技术创新（可持续发展）、公共关系、供应链管理及优化等。
社会兼职：中国高教学会公关教育委员会理事；浙江省公关协会常务副秘书长、常务理事、学术委员会副主任兼专家团成员。
现已主持和参与多项科研项目，至今在国内主流期刊上发表学术论文25篇，论文曾多次获奖。

第一图书网, tushu007.com

<<公共关系学>>

书籍目录

序言前言第一篇 公共关系发展历史沿革第一章 公共关系绪论第一节 公共关系概述第二节 公共关系三要素第三节 公共关系的产生与发展本章小结思考练习第二章 公共关系发展前沿第一节 绿色公关第二节 网络公关第三节 警察公关本章小结思考练习第二篇 公共关系基本理论第三章 公共关系职能第一节 公共关系的职责第二节 公共关系的功能本章小结思考练习第四章 组织第一节 组织的概念和类型第二节 公共关系的组织结构第三节公共关系从业人员本章小结思考练习第五章 公众第一节 公众的概念与分类第二节 公众心理及流行现象第三节 常见的对象型公共关系本章小结思考练习第六章 公共关系传播第一节 传播与公关传播第二节 公关传播的基本要素及形式第三节 公关传播的媒介选择本章小结思考练习第七章 公共关系广告第一节 商品广告与公关广告第二节 公关广告的主要类别第三节 公关广告的基本原则及制作本章小结思考练习第八章 公共关系工作程序第一节 公关调查第二节 公关策划第三节 公关实施第四节 公关评估本章小结思考练习第九章 公共关系沟通技巧第一节 公关语言艺术第二节 倾听艺术第三节 非语言沟通第四节 跨文化沟通本章小结思考练习第十章 公共关系礼仪第一节 公关礼仪概述第二节 日常交往礼仪第三节 仪容仪表仪态本章小结思考练习第三篇 公共关系实务知识第十一章 组织形象策划第一节 组织形象与CIS概述第二节 CIS战略第三节 CIS与公关本章小结思考练习第十二章 政府公共关系第一节 政府公关概述第二节 政府公关实务本章小结思考练习第十三章 公共关系专题活动第一节 新闻发布会第二节 庆典第三节 展览会第四节 赞助活动本章小结思考练习第十四章 公共关系危机管理第一节 公关危机与危机管理第二节 公关危机的处理原则与程序第三节 公关危机的处理策略与技巧本章小结思考练习第四篇 公共关系职业化发展与职业道德准则第十五章 公共关系职业化发展第一节 公关职业化发展第二节 公关职业教育与培训本章小结思考练习第十六章 公共关系职业道德准则第一节 国际公共关系协会职业准则第二节 中国公共关系职业道德准则第三节 公关咨询业服务规范第四节 公关服务行业自律公约附录一 国际公共关系道德准则附录二 中国公共关系职业道德准则附录三 《公关咨询业服务规范》（指导意见）附录四 公关服务行业自律公约参考文献

第一图书网, tushu007.com

<<公共关系学>>

章节摘录

第一节 公共关系概述　　一、公共关系的定义　　公共关系，简称“公关”，是个外来词。
该词最早出现于1807年美国《韦氏新九版大学辞典》中，英文为“Public Relations”，英文缩写为“PR”。
有学者认为将公共关系译为“Public Relationship”更妥当，并认为“Public Relations”更合适译为“公众关系”。
但由于“Public Relations”是世界范围内中文的主流译法，较多地出现在诸多公关书籍中，也更容易为国人所理解。
从约定俗成的角度，本书沿用这种译法。
公共关系学作为一门新兴的综合性学科，尽管思想体系较为简单，但涉及众多学科范畴，在实践中被广泛应用于各种不同组织和领域，由此形成了众多公共关系定义和学派。
自20世纪中叶公关在美国诞生以来，国内外学者从不同角度、不同层次对公关内涵进行了界定，可谓众说纷纭。
目前世界各国对于公共关系的定义高达400多种。
根据学者的诸多定义，本书将具有代表性的定义概括为以下几大类。
（一）传播沟通说　　传播沟通说主要侧重从公关的运作特点与过程对其进行定义，指出公关是组织与公众的传播沟通方式及其传播沟通活动。
此类定义强调公共关系的手段与过程，认为公关离不开传播沟通。
例如，弗兰克·杰夫金斯（Frank Jerkins）认为，“公共关系是为了达到相互理解有关特定目标而进行的各种有计划的沟通联络，这种沟通联络处于组织与公众之间，既是内向的，也是外向的。”持这种观点的还有约翰·马斯顿（John Marston）、《不列颠百科全书》、《韦伯斯特新国际辞典》、居延安等。
从这个角度看，公关的本质就是沟通，公关是现代传播学的一个应用分支。
……

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