

<<公关写作艺术>>

图书基本信息

书名：<<公关写作艺术>>

13位ISBN编号：9787560825342

10位ISBN编号：7560825346

出版时间：2003-1

出版时间：同济大学出版社

作者：周裕新 编

页数：221

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>

## 前言

现代公共关系是在20世纪70年代末传入中国大陆的。国人在反复玩味这一陌生、新奇的概念后蓦然发现：现代公共关系的理论和实践在发达国家已臻成熟，而在我国滞后了近半个世纪。20世纪80年代中期，我国掀起了公共关系热潮，一批公共关系的先驱和生力军在极短的周期构造了现代公共关系的第一层平台。他们从介绍国外的公共关系理论开始，在相对短的时间里创建了我国的公共关系学体系，并作了将公共关系引入企业行为的尝试。20世纪90年代初，中国的CIS策划队伍已具雏形。由于急于求成的心理，我国第一批公共关系人的理论和实践难脱浮躁和稚浅，但他们对促进中国现代公共关系乃至企业经济与文化的发展功不可没。十多年来，在中国公共关系队伍壮大的同时，中国的企业 and 市场也被注入了新的行为理念和操作导向。

21世纪是新经济时代。中国公共关系领域的先导者居延安先生认为：“从农业社会到工业社会再到信息社会，每次量到质的飞跃，都伴随着人们交互方式的根本改变……农业社会不需要公共关系，工业社会商业交换空前频繁，现代公共关系应运而生。信息社会对时空的超越使人类的交互方式走向网络，走向平等，走向虚拟，走向透明。由此引起公共关系原理和实践的一场崭新的变革。”

新经济向公共关系学的理论框架的概念体系提出了挑战：首先，传统的市场概念和营销模式演变日新。

## <<公关写作艺术>>

### 内容概要

公共关系离不开文书写作,《公共写作艺术》传授了公关写作艺术的基础知识,具体介绍了公关策划文案的写作艺术、信息咨询文书的写作艺术、大众传播文书的写作艺术、人际沟通文书的写作艺术等。

《公共写作艺术》是高等院校文理科公共基础课教程,也可供公共关系从业人员阅读或培训使用。

## 作者简介

周裕新，复旦大学中文系1960年级毕业，上海市行为科学教研领域知名学者，现任上海市演讲学研究会副会长。

被国家教育部、人事部评为全国优秀教师并授予“全国优秀教师”称号。

多年来，潜心于新兴学科的教学研究和写作，已先后发表著作十多部及大量相关论文，共300多万字。

此外，在部分高校开设多门课程，并为文广集团、妇联、东方航空、宾馆、街道等单位及各类院校作“形象塑造”、“交际礼仪”、“优质服务”等专题讲座数百场，深受欢迎。

主要著作有：《公关礼仪学》（合著）、《公共礼仪艺术》（主编）、《公关写作艺术》（主编）、《企业思想政治工作心理学》（著，上海市马克思主义优秀学术著作）、《现代女性心理》（主编）、《现代消费心理学》（编著）、《成功择业指导》（主编）。

书籍目录

第一章 导论一、公共关系离不开文书写作二、公关写作的特有属性一三、不断提高公关写作的艺术【思考与练习】第二章 公关写作艺术的基础知识一、公关文书突出主旨的艺术二、公关文书运用材料的艺术三、公关文书谋篇布局的艺术【思考与练习】第三章 公关策划文案的写作艺术一、公关策划文案概述二、公关调查报告的写作艺术三、公关计划写作艺术四、策划建议书的写作艺术【思考与练习】第四章 信息咨询文书的写作艺术一、信息咨询文书概述。二、组织形象调研报告三、管理咨询报告四、公众心理分析报告【思考与练习】第五章 大众传播文书的写作艺术一、大众传播文书概述二、公关新闻的写作艺术三、公关广告的写作艺术【思考与练习】第六章 人际沟通文书的写作艺术一、人际沟通文书概述二、公关说话类文书的写作艺术三、公关礼仪类文书的写作艺术【思考与练习】

## 章节摘录

(一) 公关计划的功能 计划对于公关活动,具有以下几个方面的功能: 1. 通过计划明确公关活动的具体目标 据此可以评价公关活动的效果。

计划一旦制定,便要按照规定执行计划。

计划实施一段时间之后,认真检查一下公关工作是否达到了预期的目标和要求,可以衡量出公关工作是否做出了成绩。

2. 通过计划确定公关活动的内容 在公关计划中,内容一般包括需要开展哪几项公关活动,实行最优的时机是何时,选择什么样的传播媒介,等等。

根据各项公关活动的重要性程度,排列好实施的先后次序,可以使每一个公关人员在不同的时间里,都明确应该做些什么,怎样去做。

3. 通过计划估算完成公关任务所需要的人力、物力、财力 例如××公司公共关系部为开展公关工作,协调公司与外部公众及公司内部各部门之间的关系,提高公司的社会知名度与美誉度,制定出第一季度的工作要点,包括推出新产品新闻发布会,春节系列联谊活动,向残联捐款及向教育部门捐赠电脑,邀请公众代表参观公司等。

这种短期公关计划书可在前言提出本季度公关工作目标,主体部分列出上述四项公关活动内容,每项活动分别列出目标及实现目标的方法、步骤与措施,并且指定负责人。

文字要简练,具有可操作性。

不过工作要点只提出指导原则和总体要求,不需要制订措施。

负责实施的部门则应根据工作要点,分别制定出详细计划和安排。

如召开新闻发布会,就应订出详细的计划日程。

从安排会场,确定邀请名单、印制请柬、撰写总经理演说辞、准备相关材料、撰写新闻稿、布置会场,到负责人员、经费预算、完成时间等等,日程表应订得非常具体,便于检查落实。

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>