

<<公共关系学>>

图书基本信息

书名：<<公共关系学>>

13位ISBN编号：9787561421956

10位ISBN编号：7561421958

出版时间：2003-1

出版时间：四川大学出版社

作者：范铨远,贺玲,张晓舟

页数：282

字数：224000

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>

<<公共关系学>>

内容概要

公共关系学是本世纪初诞生的一门新兴科学，它被誉为是一门建树良好组织形象、协调组织内外关系、扩大组织知名度、提高组织美誉度的艺术。

本书不仅系统地从理论上介绍了公共关系的概念、性质、职能、机构设置、工作程序，分析了公共关系的对象特点和工作重点，而且精心从国内外公共关系活动的经验中选用了许多典型事例对理论进行深入浅出的说明。

尤其是突出了公共关系人员素质培养、公共活动的组织等实践性、应用性较强的章节。

对公共关系活动的具体要求、方法和技巧作了尽量详尽、具体的介绍。

本书由四川省高等教育自学考试委员会指定为高等教育自学考试文秘专业必读教材。

<<公共关系学>>

书籍目录

第一章 导论 第一节 公共关系与公共关系学 第二节 公共关系学的学科地位 第三节 公共关系的历史和现状 第四节 在我国发展公共关系的社会意义第二章 公共关系工作的职能 第一节 公共关系工作的基本职能 第二节 公共关系工作的一般职能第三章 公共关系工作的组织机构 第一节 公共关系部的设置 第二节 公共关系公司的设置 第三节 两种公共关系机构的比较第四章 公共关系工作的对象 第一节 公共关系的对象分类 第二节 公共关系工作的内部公众 第三节 公共关系工作的外部公众第五章 公共关系工作的程序 第一节 调查与分析 第二节 计划与对策 第三节 实施与传播 第四节 评价与总结第六章 公共关系工作人员的素质与培训 第一节 公共关系工作人员应具备的素质和基本条件 第二节 公共关系工作人员的培训 第三节 公共关系工作人员的技能培养 第四节 仪表修饰和交往礼节第七章 公共关系工作中的传播活动 第一节 传播的基本理论 第二节 公共关系与新闻传播媒介 第三节 公共关系与广告传播 第四节 公共关系的其他传播方式第八章 公共关系工作中的其他活动 第一节 形成组织风格和特色 第二节 公共关系专题活动和日常活动的组织 第三节 公共关系工作中的谈判活动参考文献后记

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>