

<<公共关系学>>

图书基本信息

书名：<<公共关系学>>

13位ISBN编号：9787561817124

10位ISBN编号：7561817126

出版时间：2004-1

出版时间：天津大学出版社

作者：温孝卿

页数：309

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

本书系统阐述了公共关系的含义与要素、产生与发展、职能与功能及公共关系学的基础理论；具体介绍了公共关系的机构设置、从业人员、工作程序和信息传播；全面分析了内部公共关系和外部公共关系；专门讨论了公共关系社交、公共关系谈判、企业形象塑造和公共关系的专题活动。

本书以公共关系学的一般原理为基础，以企业公共关系的具体实践为背景，体现理论性、系统性、应用性和操作性相结合的特点。

因此，符合当代营销管理丛书写作的初衷和要求，可作为高等院校市场营销等专业的教材，也可供企业公共关系人员和经营管理人员学习使用，当然也是相关研究人员的参考用书。

<<公共关系学>>

作者简介

温孝卿，天津市人。

先后毕业于天津财经大学和北京工商大学，获经济学硕士学位。

历任天津财经大学市场研究所副所长的学术研究中心副主任，现为天津财经大学教授、硕士研究生导师，天津大学管理学在读博士。

长期从事经济学和管理学领域的专业教学和研究工作，先后为研究

<<公共关系学>>

书籍目录

第一章 公共关系的含义与要素 第一节 公共关系的基本含义 第二节 公共关系的构成要素第二章 公共关系的产生与发展 第一节 公共关系的产生 第二节 公共关系的发展第三章 公共关系的职能与功能 第一节 公共关系的职能 第二节 公共关系的功能第四章 公共关系学的基础理论 第一节 人际交往理论 第二节 信息传播理论 第三节 公共关系学与相关学科第五章 公共关系的机构设置 第一节 公共关系部 第一节 公共关系公司 第三节 公共关系社团第六章 公共关系的从业人员 第一节 公共关系人员的素质与能力 第二节 公共关系人员的职业准则 第三节 公共关系人员的选拔与培训第七章 公共关系的工作程序 第一节 公共关系调查 第二节 公共关系计划 第三节 公共关系计划的实施 第四节 公共关系评估第八章 公共关系的信息传播 第一节 公共关系信息传播的作用 第二节 公共关系信息传播的模式 第三节 公共关系信息传播的步骤 第四节 公共关系信息的新闻传播第九章 内部公共关系 第一节 内部公共关系成员 第二节 内部公共关系管理第十章 外部公共关系 第一节 外部公共关系的目的与时机 第二节 顾客关系 第三节 媒介关系 第四节 社区关系 第五节 政府关系 第六节 中间商关系第十一章 公共关系社交 第一节 人际关系交往 第二节 公共关系社交第十二章 公共关系谈判 第一节 公共关系谈判概述 第二节 公共关系谈判程序 第三节 公共关系谈判技巧第十三章 企业形象塑造第十四章 公共关系的专题活动

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>