第一图书网, tushu007.com

<<公共关系原理与实务>>

图书基本信息

书名：<<公共关系原理与实务>>

13位ISBN编号：9787564027230

10位ISBN编号：7564027231

出版时间：2009-8

出版时间：北京理工大学出版社

作者：吴国章

页数：359

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

<<公共关系原理与实务>>

内容概要

由吴国章主编的《公共关系原理与实务》以公共关系的一般原理为基础，主要以企业公共关系的具体实践为背景，系统地阐述了公共关系方面的内容，主要包括公共关系概述、公共关系主体、公共关系的客体、公共关系的媒介、公共关系的组织机构与从业人员、公共关系工作程序、公众关系处理、公共关系实务活动、公共关系礼仪、公共关系技术和公共关系文书写作等。

《公共关系原理与实务》适用于高等院校本科相关专业公共关系学课程的教学，也可作为企业进行公共关系培训及自学学习用书。

书籍目录

第1章 公共关系概述
1.1 公共关系的基本概念
1.1.1 公共关系的含义
1.1.2 公共关系的界定
1.2 公共关系的产生与发展
1.2.1 公共关系前史
1.2.2 现代公共关系的产生与发展
1.2.3 公共关系在中国的发展
1.3 公共关系的职能与原则
1.3.1 公共关系的职能
1.3.2 公共关系的原则
第2章 公共关系的主体——社会组织
2.1 社会组织概述
2.1.1 社会组织的含义
2.1.2 社会组织的构成要素
2.1.3 社会组织的特征
2.2 社会组织的分类
2.2.1 按照社会组织目标与受益者的关系划分
2.2.2 按照社会生活基本领域划分
2.2.3 按照营利还是非营利，竞争还是独占两大因素划分
第3章 公共关系的客体——公众
3.1 公众的概念与分类
3.1.1 公众的概念
3.1.2 公众的分类
3.1.3 公众分类的意义
3.2 公众心理特征与行为
3.2.1 公众心理特征概述
3.2.2 需要倾向与公众行为
3.2.3 心理定势与公众行为
3.3 组织目标公众群体分析
3.3.1 员工公众
3.3.2 媒介公众
3.3.3 政府公众
3.3.4 购买公众
3.3.5 社区公众
第4章 公共关系的媒介——传播
4.1 公共关系传播方式
4.1.1 公共关系传播的含义及过程模式
4.1.2 受众选择“3S”理论
4.1.3 公共关系传播的基本方式
4.2 公共关系的传播媒介
4.2.1 人际传播媒介
4.2.2 群体传播媒介
4.2.3 大众传播媒介
4.2.4 常见传播媒介介绍分析

4.3 公共关系传播_的效果
4.3.1 公共关系传播的基本原则
4.3.2 制约传播效果的主要因素
4.3.3 获得理想传播效果的条件与方法
4.3.4 公关传播中的沟通障碍与改善沟通的方法
第5章 公共关系的组织机构与从业人员
5.1 公共关系的组织机构
5.1.1 公共关系部
5.1.2 公共关系公司
5.1.3 公共关系社会团体
5.2 公共关系从业人员
5.2.1 公关人员的素质
5.2.2 公关人员的职业道德
第6章 公共关系工作程序
6.1 公共关系调查
6.1.1 公共关系调查的含义及原则
6.1.2 公共关系调查内容
6.1.3 公共关系调查的方法
6.1.4 公共关系调查的一般程序
6.2 公共关系策划
6.2.1 公共关系策划的含义、原则和特征
6.2.2 公共关系策划的步骤
6.3 公共关系实施
6.3.1 公共关系实施的意义
6.3.2 公共关系实施的原则
6.3.3 公关实施过程中存在的主要障碍
6.4 公共关系评估
6.4.1 公共关系评估的意义
6.4.2 公共关系效果评估的标准
6.4.3 公共关系效果评估程序
6.4.4 公共关系效果评估方法
6.4.5 公共关系效果评估的内容
第7章 公众关系处理
7.1 内部公众关系处理
7.1.1 员工关系处理
7.1.2 股东关系处理
7.2 外部公众关系处理
7.2.1 顾客关系处理
7.2.2 新闻媒介关系处理
7.2.3 社区关系处理
7.2.4 政府关系处理
第8章 公共关系实务活动
8.1 公共关系活动模式
8.1.1 战术型公共关系活动模式
8.1.2 战略型公共关系活动模式
8.2 公共关系专题活动
8.2.1 公共关系专题活动概述

8.2.2 新闻发布会
8.2.3 开幕典礼
8.2.4 展览展销会
8.2.5 赞助活动
8.2.6 开放参观活动
第9章 危机公关
9.1 公共关系危机概述
9.1.1 公关危机与危机公关
9.1.2 公关危机的特点
9.1.3 公关危机的类型
9.1.4 危机公关的意义
9.2 公共关系危机预防
9.2.1 对危机事件的预测分析
9.2.2 在日常业务中预防公共关系危机
9.2.3 建立危机预警系统
9.2.4 完善危机管理系统
9.3 公共关系危机处理
9.3.1 危机处理的5S原则
9.3.2 危机处理的基本程序
9.3.3 危机处理的公众对策
第10章 公共关系礼仪
10.1 公共关系礼仪概述
10.1.1 礼仪的基本含义
10.1.2 公共关系礼仪的主要特征
10.2 公关人员的个人礼仪
10.2.1 介绍礼仪
10.2.2 握手礼仪
10.2.3 见面礼仪
10.2.4 电话礼仪
10.2.5 拜访和接待礼仪
10.2.6 仪表礼仪
10.3 公关语言艺术与交谈礼仪
10.3.1 公关语言概述
10.3.2 公关语言的运用技巧
10.3.3 交谈礼仪
10.4 公关实务礼仪
10.4.1 会务礼仪
10.4.2 宴请礼仪
10.4.3 舞会礼仪
10.5 应聘礼仪
10.5.1 应聘前的准备
10.5.2 准备个人简历
10.5.3 面试礼仪
10.5.4 笔试礼仪和上网求职礼仪
第11章 公共关系技术
11.1 公关新闻策划
11.1.1 公关新闻策划概述

11.1.2 公关新闻策划的原则
11.1.3 公关新闻策划的技巧
11.1.4 公关新闻策划的常用方法
11.1.5 公关新闻策划的步骤
11.2 公共关系广告
11.2.1 公关广告与商业广告的区别
11.2.2 公关广告的作用
11.2.3 公关广告的类型
11.2.4 公关广告运作的一般程序
11.3 公共关系演讲
11.3.1 公共关系演讲的优势
11.3.2 公共关系演讲的技巧
11.3.3 公共关系演讲的艺术
11.4 公共关系谈判
11.4.1 公共关系谈判的特征
11.4.2 公关谈判的一般过程
11.4.3 公共关系谈判的技巧
11.4.4 公共关系谈判的策略
第12章 公共关系文书写作
12.1 公关文书写作概述
12.1.1 文书的基本概念与功能
12.1.2 公关文书的分类
12.1.3 公关文书的特点
12.2 公文写作的基本知识
12.2.1 公文的概念
12.2.2 公文的分类
12.2.3 公文写作的基本要求
12.2.4 公文写作的一般步骤
12.2.5 公文的格式
12.2.6 几种通用公文的撰写
12.3 公共关系礼仪文书
12.3.1 请柬
12.3.2 贺信、贺辞、贺电
12.3.3 欢迎词、欢送词、告别词
12.3.4 致敬电
12.3.5 唁电、唁文
12.3.6 聘书
12.3.7 表扬信、感谢信、慰问信
12.4 公关新闻写作
12.4.1 消息的特点
12.4.2 消息的基本要素
12.4.3 消息的结构
12.4.4 消息的写作技巧
12.4.5 消息的写作要求
12.5 公关简报
12.5.1 公关简报的概念
12.5.2 公关简报的特点

12.5.3 公关简报的撰写
参考文献

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