

<<公共关系基础>>

图书基本信息

书名：<<公共关系基础>>

13位ISBN编号：9787564034023

10位ISBN编号：7564034025

出版时间：2010-8

出版时间：北京理工大学出版社

作者：苏斌 主编

页数：139

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>

<<公共关系基础>>

内容概要

本书介绍了公共关系的基础知识，内容浅显易懂，涉及范围广，文中安排了适量的案例便于学生理解和掌握。

本书共分为十二章，主要包括公共关系概念的形成、信息的交流、沟通现协调的一般技巧、演讲与商谈的基本原则，形象塑造的注意事项等，具有较强的可读性。

<<公共关系基础>>

书籍目录

第一章 公共关系之树立新理念 第一节 公共关系 第二节 公共关系的特征 第三节 现代公共关系的演变过程 第四节 现代公共关系对我国现代化建设的影响第二章 公共关系之调查与分析 第一节 社会组织和公众 第二节 公共关系的工作步骤第三章 公共关系之交流信息 第一节 公共关系的工作手段 第二节 双向的信息交流模式第四章 公共关系之沟通与协调 第一节 组织内部的公共关系 第二节 组织外部的公共关系第五章 公共关系之培养素质 第一节 公共关系人员的素养问题 第二节 公共关系人员的必备条件 第三节 公共关系人员的能力要求第六章 公共关系之社交礼仪 第一节 一般社交礼仪 第二节 对外交往礼仪 第三节 特殊场合礼仪第七章 公共关系之语言表达 第一节 交际技巧 第二节 语言表达的基本技巧 第三节 陈述、说明和议论 第四节 即兴发言第八章 公共关系之演讲与商谈 第一节 演讲的基本要素 第二节 演讲的基本语言技巧 第三节 商谈的技巧 第四节 商谈的一般技巧第九章 公共关系之策划活动 第一节 公共关系活动的基本方式 第二节 公共关系专题活动的筹划 第三节 公共关系策划技巧第十章 公共关系之塑造形象 第一节 组织形象 第二节 公共关系广告的类型 第三节 公共关系广告效益评价标准第十一章 突发事件应急管理 第一节 突发事件 第二节 危机处理第十二章 市场开拓 第一节 市场的形成与发展 第二节 常用的推销策略 第三节 自我推销综合训练附录

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>