

<<公共关系学>>

图书基本信息

书名：<<公共关系学>>

13位ISBN编号：9787564508159

10位ISBN编号：7564508159

出版时间：2012-09-01

出版时间：郑州大学出版社

作者：张举国 编

页数：294

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

《高等教育公共素质教育类“十二五”规划教材：公共关系学》涵盖了公共关系学的核心理论和基本内容。

着重介绍了公共关系概论、公共关系的历史与发展、公共关系机构及其从业人员、公共关系传播和沟通、公共关系工作程序、公共关系专题活动，公共关系社交礼仪、危机公共关系管理、内部公共关系、外部公共关系等知识。

《高等教育公共素质教育类“十二五”规划教材：公共关系学》按照理论与实践相结合的思路编写，具有理论适中、知识面宽、贴近实际、操作性强、自成体系的特点，可作为高等院校文科类包括新闻专业、传播专业、管理专业、经济与金融等专业本科生的教材，也可用于党政干部、企事业单位管理人员和国家公务员就有关公共关系方面的在职培训的读本。

## &lt;&lt;公共关系学&gt;&gt;

## 书籍目录

1 导论：公共关系和公共关系学1.1 作为现代社会传播活动的公共关系1.1.1 关于公共关系的众多说法1.1.2 公共关系的工作定义1.2 作为一门学科的公共关系学1.2.1 公共关系学的研究对象和内容1.2.2 公共关系学的学科性质1.2.3 我国公关实践与学科发展1.3 研究公共关系学的现实意义1.3.1 公共关系学研究与社会主义市场经济的发展1.3.2 “关系经济”为公关发展带来机遇1.3.3 公共关系学研究与时俱进2 公共关系的渊源、兴起与发展2.1 现代社会以前的类公共关系2.1.1 公共关系概念的时代性2.1.2 古人对类公共关系的认识2.1.3 古代类公共关系活动实践2.2 公共关系在美国的兴起2.2.1 公共关系形成的历史条件2.2.2 公共关系在美国的肇始2.2.3 公共关系创始人艾维·李与伯内斯2.3 公共关系在现代公众社会的发展2.3.1 公共关系在世界范围内的发展与特点2.3.2 公共关系在中国的兴起与发展2.3.3 现代公众社会：公共关系持续发展的基础3 社会关系和公共关系3.1 社会关系的一般属性和形态3.1.1 社会关系的一般属性3.1.2 社会关系的形态3.2 社会关系的调节机制和调节手段3.2.1 社会关系的调节机制3.2.2 社会关系的调节手段3.3 公共关系的形态特征和调节法则3.3.1 公共关系的形态特征3.3.2 公共关系的调节法则4 公共关系的构成要素4.1 公共关系的主体——社会组织4.1.1 社会组织的运行及其关系联结4.1.2 社会组织的外观形象和内在气质4.1.3 公共关系的工作目标4.1.4 社会组织的代言人：公众人物4.2 公共关系的客体——公众4.2.1 公众的基本特性4.2.2 公众的分类5 公共关系的职能和作用5.1 公共关系的职能5.1.1 采集信息的职能5.1.2 提供咨询的职能5.1.3 参与决策的职能5.1.4 协调交流沟通劝说的职能5.2 公共关系的作用5.2.1 监测作用5.2.2 凝聚作用5.2.3 调节作用5.2.4 应变作用6 公共关系的类型6.1 主体或部门公共关系6.1.1 企业公共关系6.1.2 商业服务业公共关系6.1.3 金融业公共关系6.1.4 政府公共关系6.1.5 事业、团体公共关系6.1.6 社会公众人物公共关系6.2 对象公共关系6.2.1 员工关系6.2.2 消费者关系6.2.3 政府关系6.2.4 媒体关系6.2.5 社区关系6.2.6 股东关系6.2.7 竞争对手关系6.2.8 国际公共关系6.3 功能型公共关系6.3.1 日常事务型公共关系6.3.2 宣传型公共关系6.3.3 征询型公共关系6.3.4 矫正型公共关系7 社会组织的形象塑造7.1 组织形象的内涵与意义7.1.1 组织形象的界定与构成7.1.2 塑造组织形象的意义7.2 组织形象的定位与设计7.2.1 组织形象的定位7.2.2 组织形象的设计7.3 组织形象的建立与推广7.3.1 组织形象的建立7.3.2 组织形象的推广7.4 组织形象的巩固与改良7.4.1 组织形象内质的更新7.4.2 组织形象的外观改良8 公共关系媒介与沟通管理8.1 组织外部的大众传播媒介8.1.1 大众传播媒介的功能和职业传播者8.1.2 印刷媒介8.1.3 电子媒介8.2 组织设置的受众传播媒介8.2.1 组织设置的受众传播媒介的特点8.2.2 在媒介设计制作上应注意解决的问题8.2.3 组织的受众传播媒介的类型8.3 传播、传播的过程与要素8.3.1 传播与传播方式8.3.2 传播的过程与要素8.4 公共关系传播沟通活动的特点、类型8.4.1 公共关系传播沟通活动的特点8.4.2 公共关系传播的活动类型8.4.3 公共关系传播策略类型8.4.4 公共关系的传播模式8.5 整合传播管理8.5.1 消费者导向8.5.2 产品同质化8.5.3 提高品牌忠诚度8.5.4 传播整合9 公共关系人员素质9.1 公共关系人员素质概论9.1.1 公共关系人员素质的一般描述9.1.2 公共关系人员必须应该具备的五项素质9.2 公共关系人员的基本能力9.2.1 组织能力——“玻璃窗的经营法”9.2.2 宣传、推广能力——“万能钥匙”的秘密9.2.3 交际能力——自我表露的艺术9.2.4 自控、应变能力——“冷处理”与“弯弯绕”9.2.5 表达能力——说“自己的话”9.2.6 创造能力——“集体进行脑力激荡”9.3 情商在公关中的作用9.3.1 EQ的由来9.3.2 EQ的基本内容9.3.3 EQ与人际关系10 公共关系的运作程序10.1 公共关系调研10.1.1 公共关系调研总体方案的设计10.1.2 公共关系调研的主要方法10.1.3 公共关系调研报告的撰写10.2 公共关系策划10.2.1 公共关系策划的含义10.2.2 公共关系策划的要素10.2.3 公共关系策划的程序10.2.4 公共关系策划的创新方法10.3 公共关系实施10.3.1 公共关系实施的特点与意义10.3.2 公共关系实施的原则10.3.3 确定与选择公共关系活动的方式10.3.4 公共关系实施与“全员PR管理”10.4 公共关系评估10.4.1 公共关系评估的目的10.4.2 公共关系评估的作用10.4.3 公共关系评估的程序10.4.4 公共关系评估的方法11 公共关系的专题活动11.1 新闻性公共关系活动11.1.1 策划具有新闻价值的事件11.1.2 新闻发布会的组织11.2 庆典活动的组织与策划11.2.1 开幕庆典的组织与策划11.2.2 闭幕庆典的组织与策划11.2.3 周年庆典的组织与策划11.2.4 特别庆典的组织与策划11.3 人际沟通性公共关系活动11.3.1 人际沟通性公共关系活动及其分类11.3.2 人际沟通性公共关系活动的原则11.3.3 人际沟通性公共关系活动的技巧12 危机公共关系12.1 危机与危机公关12.1.1 危机的含义和特点12.1.2 公关危机与危机公关12.2 危机的类型12.2.1 组织行为不当引起的危机12.2.2 突发事件引起的危机12.2.3 失实报道引起的危机12.3 危机公共关系管理12.3.1 危机管

## &lt;&lt;公共关系学&gt;&gt;

理的重要性12.3.2 危机管理的概念及内容12.3.3 公共关系危机预防12.3.4 公共危机处理12.4 组织形象的重塑12.4.1 加强组织内部沟通12.4.2 作好对外沟通13 企业公共关系13.1 企业公共关系的概念、作用与特点13.1.1 企业公共关系的概念及构成要素13.1.2 企业公共关系的作用13.1.3 企业公共关系的特点13.2 企业内部公共关系13.2.1 企业内部的公共关系分类13.2.2 激励理论与企业内部公关13.2.3 企业内部公共关系的途径与方法13.3 企业外部公共关系13.3.1 市场营销与公共关系13.3.2 企业外部公共关系的类型14 政府公共关系14.1 政府公共关系的含义、特点与意义14.1.1 政府公共关系的含义、特点14.1.2 政府公共关系的意义14.2 政府公共关系的目标14.2.1 塑造良好的政府形象14.2.2 提高政府行政效率14.2.3 维护内外公众的知情权，增进政府与公众的情感交流14.2.4 积极动员人民参政、议政，获得人民的认可和信任14.2.5 树立政府的国际形象14.3 政府公共关系的内容14.3.1 政府形象公关14.3.2 政府危机公关14.3.3 我国政府公关的障碍14.4 政府公共关系的运作14.4.1 政府公共关系运作的原则14.4.2 政府公共关系运作的要点15 公共批判15.1 公关的效果与后果15.1.1 从劝服、管理到关系、语艺：公关效果的困境15.1.2 文化、异化与公关的后果15.2 霸权、权力、主体与公关批判15.2.1 霸权理论与意识形态批判15.2.2 作为文化霸权与意识形态的公关15.3 后现代主义、公关批判与可能的回应15.3.1 后现代主义的“涂鸦”15.3.2 作为起点的回应参考文献

## <<公共关系学>>

### 编辑推荐

我国公共关系学是随着改革开放的需要、社会的进步、经济的发展，而形成的一门新兴的综合性应用学科，主要研究社会组织与相关公众之间双向的信息沟通、关系协调、形象树立，并为事业的顺利发展创造良好的内外部环境等方方面面。

《高等教育公共素质教育类“十二五”规划教材：公共关系学》对公共关系的目、手段、本质作了充分阐述，突出了公共关系在协调内外环境、建树组织形象、创造优化的社会环境和发展条件方面的极大作用。

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>