

<<公共关系学>>

图书基本信息

书名：<<公共关系学>>

13位ISBN编号：9787810848466

10位ISBN编号：7810848461

出版时间：2006-8

出版时间：东北财经大学出版社

作者：郝树人

页数：264

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

公共关系学作为一门以众多学科为基础的现代管理科学，诞生于20世纪初。

伴随着时代的进步和环境的变化，公共关系的思想和方法越来越被认为是管理企业、改善企业环境的一种卓有成效的工具。

在公共关系的实践中公共关系学吸纳了诸多社会科学、人文科学以及现代传播技术的最新成果，具有多学科交叉整合的特征。

随着科学与技术的飞速发展，公共关系的理论与方法也在不断地发展和变化。

本书的再版是为适应新时期企业管理的需要，作者对第一版的内容进行的修编。

本书增加了3章新的内容，即公共关系与企业文化、公共关系与营销文化、公共关系的网络传播。

<<公共关系学>>

书籍目录

第1章 公共关系的基本理论 学习目标 1.1 公共关系的含义 1.2 公共关系的要素 1.3 公共关系的基本属性 1.4 公共关系的功能 案例 案例分析 本章小结 复习思考题第2章 公共关系的产生与发展 学习目标 2.1 公共关系产生与发展的社会历史条件 2.2 现代公共关系的产生 2.3 现代公共关系的发展 2.4 现代公共关系的特征 2.5 公共关系的发展趋势 案例 案例分析 本章小结 复习思考题第3章 公共关系主体 学习目标 3.1 社会组织 3.2 社会组织与环境 3.3 社会组织目标与公共关系目标 3.4 公共关系的组织机构 3.5 公共关系从业人员 案例 案例分析 本章小结 复习思考题第4章 公共关系客体 学习目标 4.1 公众及其分类 4.2 内部公共关系 4.3 外部公共关系 案例 案例分析 本章小结 复习思考题第5章 公共关系目标管理 学习目标 5.1 公共关系目标管理的内涵 5.2 确定公共关系目标的意义 5.3 目标的分解与量化确定 案例 案例分析 本章小结 复习思考题第6章 社会组织形象管理 学习目标 6.1 组织形象与内涵 6.2 组织形象的定位与设计 6.3 组织形象的建立与推广 6.4 组织形象的巩固与矫正 案例 案例分析 本章小结 复习思考题第7章 社会组织的传播管理第8章 公共关系礼仪第9章 公共关系与企业文化第10章 公共关系与营销文化第11章 公共关系网络传播主要参考文献

<<公共关系学>>

编辑推荐

《公共关系学》在原版的基础上保留了对公共关系基本理论、公共关系历史沿革和公共关系的基本构成要素的阐述，强调了公共关系的目标管理、社会组织形象管理和传播管理。

《公共关系学》增加了3章新的内容，即公共关系与企业文化、公共关系与营销文化、公共关系的网络传播。

希望《公共关系学》能引导学生和从事公共关系事业的人士科学而完整地掌握这门学科并将其用之于公共关系实践，从而为我国的公共关系学科的发展做出贡献。

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>