第一图书网, tushu007.com

<<公共关系理论与实务>>

图书基本信息

书名：<<公共关系理论与实务>>

13位ISBN编号：9787810931304

10位ISBN编号：781093130X

出版时间：2004-9

出版时间：合肥工业大学出版社

作者：吴丽兵 主编

页数：265

字数：290000

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

内容概要

公共关系是一个组织如何处理好与其公众之间的关系，获得公众的信任和好感，保持本组织在公众心目中的良好形象的管理活动。
国际公共关系协会对公共关系的定义是：公共关系是一种管理职能，属于一种经常性和计划性的工作，不论私人机构或组织，均通过它来保持与相关公众的了解、同情和支持，也即审度公众的意见，使本机构的政策与措施尽量一致配合，再有计划地运用大量的资料，争取建设性的合作，而获得共同的利益。
从这一定义中我们知道，它首先是一种管理职能。
该职能的任务就是理顺与各种类型公众之间的关系，积极维护本组织的形象。
任何一个成熟的组织都应该有这样的管理部门，至少应该有人专门负责这一管理职能，来完成这项重要的管理任务。

书籍目录

第一章 公共关系导论 第一节 公共关系基本概念与要素 第二节 公共关系的产生与发展 第三节 中国公共关系的发展第二章 公共关系功能与目标 第一节 公共关系角色地位 第二节 公共关系功能 第三节 公共关系目标第三章 公共关系运作程序 第一节 公共关系调查分析 第二节 公共关系决策与计划 第三节 公共关系活动实施 第四节 公共关系效果评估第四章 公众分析与公众心理研究 第一节 公众的分类 第二节 目标公众分析 第三节 公共关系中的公众心理第五章 公共关系礼仪 第一节 公共关系礼仪概述 第二节 公关人员的个人礼仪 第三节 公关活动礼仪第六章 交往型公共关系 第一节 人际交往的基本原则 第二节 人际交往的心理障碍与克服 第三节 人际交往的误区和禁忌 第四节 人际交往的技巧第七章 服务型公共关系 第一节 公共关系服务的有关概念 ……第八章 宣传型公共关系第九章 促销型公共关系第十章 危机管理型公共关系第十一章 企业形象设计第十二章 网络公共关系参考文献后记

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