

<<新编公共关系学>>

图书基本信息

书名：<<新编公共关系学>>

13位ISBN编号：9787811197396

10位ISBN编号：7811197391

出版时间：2009-8

出版时间：首都师范大学出版社

作者：张亚，战晓华 主编

页数：299

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>

<<新编公共关系学>>

前言

公共关系学是一门研究组织与公众之间相互传播与沟通的行为、规律和方法的学科，它是一门运用传播学、经济学、社会学、管理学、心理学、市场学、广告学等现代学科知识的综合性、应用性的新兴交叉学科。

本书编写的目的是为适应社会需要，培养更多掌握一定公共关系专业技能的高级应用型、复合型人才，从而实现高等职业教育的目标服务。

本书内容涵盖了公共关系学的基本概念、基本原理和基本理论，汇集了公共关系学的实用操作技巧。

本书具有下面几个特点。

(1) 知识体系框架清晰，知识点层次分明，内容深入浅出，详略得当，通俗易懂，适当简化理论讲述，注重简明性。

用简短的文字将知识表达清楚；对枯燥理论，采用逐步导入，最后给出易于接受的理论概括的做法，尽量降低学生理解和把握的难度。

(2) 注重能力培养，将理论阐述与实务介绍有机融合，以理论阐述作铺垫和支撑，烘托实务教学，将教学重点放在培养学生运用具体的理论和方法解决实际公关问题的能力方面，突出实用性。

<<新编公共关系学>>

内容概要

本书从公共关系的含义和构成要素、形态及调节手段、产生与发展、职能和原则、主体、客体、传播、工作程序等基本概念和原理，以及公共关系专题活动、公共关系礼仪、公共关系危机处理等实务知识等方面，对公共关系学的基本理论和实务进行了系统的阐述，并结合相关案例，对公共关系学科及理论进行深入的分析。

本书具有以下几个特点：知识体系框架清晰，知识点层次分明，内容深入浅出，详略得当，通俗易懂，适当简化理论讲述，注重简明性；注重能力的培养，将理论阐述与实务介绍有机结合，以理论阐述作铺垫和支撑，烘托实务教学，将教学重点放在培养学生运用具体的理论和方法解决实际公关问题的能力方面，突出实用性；体例编排新颖独特，能够提高学生学习的趣味性、自觉性和自主性。

本书可用于教学或自学，可作为各类高职高专院校经济类、营销类、管理类、秘书类等相关专业的教材，也可作为各类企事业单位公共关系、市场营销和管理类工作人员的培训和参考读物，成人教育、函授、自学考试及在职人员自学参考用书，职业技能鉴定、职业资格参考用书，以及公关爱好者的读物。

<<新编公共关系学>>

书籍目录

第一章 绪论 学习目的 主要概念和原理 案例导入 第一节 公共关系与社会关系 一、公共关系的定义 二、社会关系概述 第二节 公共关系及其构成要素 一、公共关系的含义 二、公共关系的构成要素 第三节 公共关系的形态及调节 一、公共关系的形态 二、公共关系的调节 第四节 公共关系学的研究对象及学科界定 一、公共关系学的研究对象 二、公共关系的学科界定 本章小结 本章练习题 课下补充参考资料第二章 公共关系的产生与发展 学习目的 主要概念和原理 案例导入 第一节 公共关系的发展阶段 一、公共关系史前史 二、公共关系的职业化阶段 三、公共关系的学科化阶段 第二节 公共关系产生的条件 一、经济条件——市场经济的高度发展 二、政治条件——民主政治取代专政治 三、文化条件——人性管理的出现 四、技术条件——大众传播超越个体传播 第三节 当代公共关系的发展 一、当代公共关系在国外的兴起与发展 二、现代公共关系在中国的发展 三、现代公共关系发展的基本趋势 第四节 公共关系创新 一、网络公关的基本理念 二、网络公关的传播过程 三、网络公关的渠道及形式 本章小结 本章练习题 课下补充参考资料第三章 公共关系的职能与原则 学习目的 主要概念和原理 案例导入 第一节 公共关系的职能 一、收集信息,了解变化 二、咨询建议,参与决策 三、传播推广,教育引导 四、加强沟通,协调关系 第二节 公共关系的原则 一、诚实守信 二、双向沟通 三、互惠互利 四、开拓创新 五、全员公关第四章 公共关系的主体——社会组织和公众人物第五章 公共关系的客体第六章 公共关系的传播——信息的传播与沟通 第七章 公共关系的工作程序第八章 公共关系专题活动第九章 公共关系礼仪 第十章 公共关系危机处理参考文献

章节摘录

1.主体型的社会关系形态 主体型的社会关系形态是根据社会交往的主体特征对社会关系形态进行的一种划分,也称社会关系的主体形态,是指交往主体的具体生存形式或状态。处于同一历史形态的交往主体,其社会地位和社会作用各不相同,所以其交往活动的具体内容、形式及社会交往的影响也不同,社会关系也表现出不同的形态,具体可以分为下面三种。

1) 个体的社会关系形态 个体的社会关系形态是主体型社会关系的微观形态,也是最基本的社会关系形态,社会交往的主体是个人,因此也称为人际关系形态。在一个社会中,所有的社会关系活动都是通过个人的活动来实现的,因此处理好个体之间的关系,关系到整个社会的稳定。

2) 组织或集团的社会关系形态 组织或集团的社会关系形态是主体型社会关系的中观形态,社会交往的主体是组织或集团。组织或集团的社会关系形态与个人社会关系形态的主要区别在于:它不仅指一个组织或集团同其他组织或集团及个人的关系,还指组织或集团内部每个成员之间的关系。组织或集团作为社会交往的主体,首先必须意识到所有成员的共同利益,处理好成员之间以及成员与组织或集团之间的关系,以便形成统一、共同的目标,才能处理好同其他组织或集团之间的关系。当然组织或集团的很多活动需要依靠个人来完成,但这里的个人活动已不再是原始意义上的个人活动,这里的个人活动受到组织或集团共同目标的制约。

<<新编公共关系学>>

编辑推荐

丛书特色：以实用性为基础，突出实践教学环节及特点，把学生引入实际工作环境，强化学生实践能力；体现“问题驱动”教学思想，以案例驱动教学，便于教师授课和启发学生思考；实现服务立体化，为教师免费提供电子课件、教学案例、习题及答案下载。

<<新编公共关系学>>

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>