第一图书网, tushu007.com

<<公共关系>>

图书基本信息

书名：<<公共关系>>

13位ISBN编号：9787811234534

10位ISBN编号：781123453X

出版时间：2009-1

出版时间：清华大学出版社有限公司

作者：裘荒 编

页数：336

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书全面系统地阐述了现代公共关系的基本原理、方法和操作实务。
全书共分11章，主要包括公共关系导论、公共关系的起源和发展、公共关系主体——社会组织、公共关系客体——内外公众、公共关系传播原理、公共关系运作程序、新闻传播与广告策划、公共关系专题活动、公共关系社交礼仪、危机公共关系、CIS策划与导入。
本书的章节中间穿插有“学习目标”、“导入案例”、“公关专栏”和“实例”，每章后面附有复习思考题和2～4个案例训练题。
　教材突出案例教学和技能训练。
采用的章末案例是从数百个案例中精选出来的，内容新颖，注重应用性和时效性，既易于理解掌握，又为具体的公共关系实践提供必要的指导和借鉴，实用性较强。
同时每个案例后附有1～3个讨论题，可以有选择地用于课堂教学中的小组讨论。
　本书可作为高等院校本科生、专科生教材，也可作为公共关系、秘书、市场营销、广告等行业从业人员的学习和参考用书。

书籍目录

原理篇　第1章　公共关系导论　1.1　公共关系概念　1.1.1　公共关系的定义及其内涵　1.1.2　公共关系的构成要素及其互动关系　1.1.3　公共关系的基本特征　1.2　公共关系职能与原则　1.2.1 公共关系的职能　1.2.2　公共关系的基本原则　1.3　公共关系的学科性质与局限性　1.3.1 公共关系学的学科性质　1.3.2　公共关系的相关范畴辨识　1.3.3　公共关系的局限性　复习思考题　案例训练题　第2章　公共关系的起源与发展　2.1　人类早期的公共关系　2.1.1 中国古代公共关系活动　2.1.2　外国古代公共关系活动　2.1.3　人类早期公共关系活动的特点　2.2　现代公共关系的形成与发展　2.2.1　现代公共关系产生和发展的社会条件　2.2.2　现代公共关系发展时期的划分　2.2.3　公共关系在西方的兴起　2.3　公共关系在中国的传播与发展　2.3.1　现代公共关系在中国发展的历程　2.3.2 中国公共关系面临的问题及其原因　2.3.3　对未来公共关系的展望　复习思考题　案例训练题　第3章　公共关系主体——社会组织　3.1　社会组织的特征与分类　3.1.1　社会组织的特征　3.1.2　社会组织的分类　3.2　组织内的公共关系机构　3.2.1 组织内设立公共关系部的重要性　3.2.2　公共关系部的功能　3.2.3　公共关系部的组建模式　3.2.4　公共关系部的规模与内部分工　3.2.5　公共关系部的优势及局限性　3.3　专业的公共关系公司　3.3.1 公共关系公司的产生、发展及特征　3.3.2　公共关系公司的类型　3.3.3　公共关系公司的工作方式　3.3.4　公共关系公司的优势与局限性　3.4　公共关系社团　3.4.1 公共关系社团的特点和类型　3.4.2　公共关系社团的职责　3.5　公共关系人员　3.5.1　公关人员的素质结构　3.5.2　公共关系人员的必备能力　复习思考题　案例训练题　第4章　公共关系客体——内外公众　4.1　公众和公众分类　4.1.1　公众的含义与特征　4.1.2　公众的分类　4.1.3　确定目标公众的重要性　4.2　公众心理　4.2.1　公众的心理倾向　4.2.2　影响公众心理的方法　4.3　内部公众关系　4.3.1 员工关系　……　第5章　公共关系传播原理　第6章　公共关系动作程序实务篇　第7章　新闻传播与广告策划　第8章　公共关系专题活动　第9章　公共关系社交礼仪　第10章　危机公共关系　第11章　CIS策划与导入附录A CIS策划、设计规范项目与费用标准附录B　公共员国家职业标准（新版）附录C　公共关系考题参考模式参考文献

章节摘录

原理篇　第1章　公共关系导论　1.2　公共关系职能与原则　公共关系以建立社会组织的良好形象为工作目标，围绕这一目标所开展的具体活动和工作便形成它的职能范围。
同时，公共关系又是“内求团结，外求发展”的艺术，这门艺术必须有对内和对外两方面的作用。
了解公共关系的职能和原则，对于公共关系活动正常而有效地开展是十分重要的，对于公共关系活动的规范、技术和方法的熟悉也有很大的帮助。
1.2.1　公共关系的职能　公共关系的职能是指公共关系在组织中所应发挥的作用和应承担的职责。
对公关职能的概括，长期以来存在着不同的表述。
我们认为，从广义上讲，公关的职能就是调动一切可以调动的力量，运用各种手段，塑造良好的组织形象，赢得良好的生存环境，促进组织的生存与发展，使组织在激烈的竞争中取胜。
从狭义上讲，公关的职能可以概括为以下几个方面。
1.采集信息，监测环境　采集信息是公关工作的必要前提。
组织的生存和发展离不开特定的环境，而环境是由一切与组织有关的信息因素构成的。
公共关系是信息产业，不采集信息，公共关系就成了无米之炊。
公共关系在组织的经营管理活动中，首先要发挥信息的收集、整理、分析和评估作用，充当组织的耳目，“眼观六路，耳听八方”，作为组织的预警系统，对于与组织有关的社会环境和公众舆论环境保持高度的敏感性，特别是对环境中的潜在问题和危机及时发出预报，以便组织能及时调整自己的政策和行为。
从公共关系工作的角度来看，有三类信息是其职能范围内应当注意优先采集的，这就是组织形象信息、组织产品形象信息和组织运行状态及其发展趋势信息。
信息的采集应当而且必须通过多种渠道及运用各种传播媒介。
首先，应当重视消费公众的反应；其次，新闻媒介的社会舆论，政府有关部门和上级主管部门及同行的意见也十分重要；此外，内部公众的各种反映同样必须认真听取。
只有这样，采集的信息才是比较全面的。
另外，对于公共关系来说，固然要收集赞扬组织的信息。
但更要注意捕捉那些哪怕是微不足道的批评组织的信息，尤其要重视公众对组织的各种建议。
……

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