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：9787811239133

10位ISBN编号：7811239132

出版时间：2007-1

出版时间：清华大学出版社有限公司

作者：魏翠芬，陈艳华 主编

页数：296

字数：443000

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

前言

公共关系作为现代企业的一项管理职能，当然也成为企业战略重要的组成部分，它主要用以主动适应和协调不断变化着的内部、外部环境。
同时，公共关系通过形象和信息传播，成为方向性渗透、目标突破、关系沟通和解决冲突的重要手段。
现代公共关系作为一种沟通手段，正如社交礼仪对于现代人一样，成为组织的名片、社交的通行证。
从社交角度看，公关礼仪是社会交往的基本要求；从组织角度看，公关礼仪是组织形象的再现和缩影；.从社会角度看，公关礼仪是精神文明建设的内在要求；从国际交流角度看，公关礼仪是扩大国际交流与合作的需要。
新的世纪，随着科学技术的快速发展，人类社会将面临巨变，公共关系将备受关注，社会对专业公关人员的需求越来越多，对每个“社会的人”的公共关系素养也会有更高的要求。
在我国，公共关系专业化、职业化已有了较大发展。
一批专业公共关系公司、群众团体纷纷组建并探索性地发展，一些专业人员已经专门从事公共关系实务运作、理论研究和教学工作，国家劳动和社会保障部已经批准将公共关系职业载人“国家职业分类大典”，公共关系工作已进入国家正式职业行列。
所有这些，都要求公共关系培训和教育有长足的发展，这就需要公共关系教材建设能很好地配合。
魏翠芬等同志编写的《公共关系理论与实务》，着眼于高等职业院校公共关系教学需要，着眼于培养技术技能型公共关系人才的需要，在许多方面进行了有益的探索。
①全书内容有诸多创新。
搭建起新的框架；兼收并蓄，富有新意；新知识、新观点、新方法、新案例的大量运用，使全书面目一新。
②理论与实务并重。
注意把握公共关系学是一门应用性学科的特点，在编写时，对理论问题以简练、通俗的语言阐述，对操作性的方法和技巧的介绍给予充足的篇幅，并力求做到具体、细致、实用，使读者学之能懂、会用。
③适应高职院校“双证书制度”的要求，注意与国家职业技能资格考试接轨。
④体例规范、完整，并有新的形式。
每章开始有学习目标；正文表述符合要求；案例分析列于正文后，便于理论联系实际，增加可读性，提高学习兴趣；每章最后给出复习思考题与实训练习，使学习者动手、动身、动脑，综合素质和实践能力得到提高。
相信本书对高等职业院校公共关系课教学及公共关系人员的培训将会起到积极的作用。

内容概要

公共关系既是一门科学，又是一门艺术，它的核心内容是组织形象的塑造，运用的手段是各种传播媒介与沟通技巧，采取的形式是多种多样的活动方式，最终目的是树立组织的良好形象，赢得公众的信赖与支持，从而实现组织的预定目标。

本书共分为三篇：第1篇，公共关系理论；第2篇，公共关系实务；第3篇，选学内容。

其中，公共关系理论部分包括第1～5章，着重分析公共关系的含义、原则与职能，公共关系的主体、客体与媒介，该部分是公共关系活动的理论基础；公共关系实务部分包括第6～11章，详尽介绍了公共关系的工作程序、组织形象的塑造、公众关系的处理、公共关系广告与宣传、公共关系专题活动及公共关系的危机处理，该部分是公共关系活动的主要内容；选学内容包括第12～15章，内容有cS战略与品牌建设、公共关系礼仪、公共关系谈判及国际公共关系，也是公共关系学科内容的组成部分，可根据需要选择学习。

本书既可作为高职高专层次财经类专业的教材、成人教育及员工培训教材，也可作为职业技能鉴定（公关员）资格考试参考用书、公共关系爱好者和企业管理人员的业余读物。

书籍目录

第1篇 公共关系理论 第1章 公共关系概述 1.1 公共关系的定义及构成要素 1.1.1 公共关系的定义 1.1.2 对公共关系的理解和把握 1.1.3 需要区分的概念 1.1.4 公共关系的构成要素 1.2 公共关系学的研究对象及科学界定 1.2.1 公共关系学的研究对象 1.2.2 公共关系的科学界定 1.3 现代公共关系的历史演变 1.3.1 公共关系的萌芽 1.3.2 公共关系的产生与发展 1.3.3 现代公共关系的发展趋势 1.3.4 公共关系在我国的应用 ◇本章小结 ◇关键概念 ◇复习思考题 ◇课堂讨论 ◇案例分析 ◇实训项目 第2章 公共关系的职能和原则 2.1 公共关系的基本职能 2.1.1 树立形象 2.1.2 采集信息 2.1.3 咨询建议 2.1.4 沟通协调 2.2 公共关系的基本原则 2.2.1 实事求是原则 2.2.2 平等互惠原则 2.2.3 双向沟通原则 2.2.4 全员公关原则 ◇本章小结 ◇关键概念 ◇复习思考题 ◇课堂讨论 ◇案例分析 ◇实训项目 第3章 公共关系的主体——社会组织 3.1 社会组织 3.1.1 社会组织的概念 3.1.2 社会组织的分类 3.1.3 社会组织的特征 3.2 公共关系部与公共关系公司 3.2.1 公共关系部的地位与作用 3.2.2 公共关系部的设置原则 3.2.3 公共关系部的人员配备 3.2.4 公共关系部的内部机构 3.2.5 公共关系公司 3.3 公共关系从业人员 3.3.1 公共关系从业人员的素质 3.3.2 公共关系从业人员的职业道德准则 3.3.3 公共关系从业人员的培训 ◇本章小结 ◇关键概念 ◇复习思考题 ◇课堂讨论 ◇案例分析 ◇实训项目 ……第2篇 公共关系实务第3篇 选学内容参考文献

章节摘录

（二）对大学公关教育的建议　委员会建议获取学位的毕业生要同时拥有知识（应知道和理解的）和技能（进入工作岗位必备的能力）。

必备的知识包括：沟通和说服的观念和策略，传播沟通与公共关系理论，关系和关系建立，社会趋势，伦理问题，法律知识，行销和金融，公共关系历史，调研和预测方法，跨文化与全球问题，组织变革与发展，经营管理的观念和理论。

必备的能力包括：调研与分析方法，信息管理，写作与口语沟通，问题的解决与谈判，传播管理，战略规划，议题管理，受众分割，信息性和服务性写作，社区关系、消费者关系、雇员关系和其他实践领域，科技和形象的读写能力，对人、计划和资源的管理，人际沟通的敏感性，流利的外语，伦理的判断和抉择能力，参与公关职业社团，信息产品制作能力，流行论点处理，公众演说与表达，跨文化与性别差异的敏感性和适应性。

委员会建议大学课程应根植于坚实的大学文科和社会科学教育，至少在主修科目中要设5门这方面的课程。

公关课程应占20%～40%的课时，其中明确的公共关系课程要占一半以上，其余60%～75%为文科选修、社会科学、商业和语言课程。

理想的大学公共关系主修包括以下这些课程：公共关系导论，公共关系案例研究，公共关系调研、测量和评估，公共关系写作与制作，公共关系策划与管理，公共关系活动，公关管理工作经验（实习期），指导性选修课程。

如果公共关系是作为大学生的重点课程而不是完全的主修课程，委员会推荐这些课程：公共关系导论，公关调研、测量和评估，公共关系写作和制作，公关管理工作经验（实习期）。

（三）对研究生教育的建议　委员会建议攻读公共关系硕士学位的研究生理解并尝试作为管理者队伍一部分的公关角，色，学会建立组织与其公众之间的有效关系所需要的相应的管理能力和传播沟通技巧。

委员会认为硕士研究生应该获得先进的知识，并理解整个公关理论知识体系、懂得传播沟通过程、掌握研究方法、具备公关策划、制作以及高级传播管理能力。

委员会建议公众硕士课程计划为30～60学时，学生应该掌握超越本科水平的以下内容：公共关系理论，公共关系法律，公关研究方法，公共关系管理，公关策划、设计和制作，传播过程，管理科学，行为科学，公共关系伦理，专业公关（一个行业），实习并全面考核，一篇全面考核的论文和（或）一个高水平的公关方案。

委员会推荐一个36学时的硕士培养计划的具体方案：公共关系理论，公关调查与研究，公共关系管理，公共关系法律，整合传播，会计学，金融，市场营销，战略规划。

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