

<<公共关系实用教程>>

图书基本信息

书名：<<公共关系实用教程>>

13位ISBN编号：9787811345247

10位ISBN编号：7811345242

出版时间：2009-6

出版时间：对外经济贸易大学出版社

作者：王巧丽 编

页数：219

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>

<<公共关系实用教程>>

前言

当今世界,科学技术日新月异,知识经济初见端倪,国力竞争日趋激烈。针对这一知识化、信息化、全球化的时代特征,世界各国正在酝酿进行一场深刻的教育改革,以培养同时代要求相适应的高素质的劳动者和富有创造性的专业人才。

随着我国市场经济体制的逐步完善和对外开放的不断扩大,我国经济将完全融入世界经济体系之中,而教育水平的高低与经济的发展密切相关。

职业教育作为我国高等教育的全新组成部分,应确立怎样的培养目标来适应时代要求,已成为人们普遍关心的问题。

教育部在关于《面向21世纪教育振兴行动计划》有关问题的回答中,对高职的培养目标是这样定位的:“高等职业教育应以培养基层和生产第一线技术应用型人才为办学宗旨,建立以基本素质和技术应用能力培养为主线的教学体系……专业课应加强针对性和实用性,实践教学要以培养学生专业应用能力为主……时间可占总课时数的1/3以上,至多可达50%……”可见,高等职业教育的培养目标,主要强调能力的培养和技术的应用,它要求我们的教育能够不断造就基本功扎实、操作能力强,又具有丰富知识和较高技能的复合型、实用型人才。

教材作为“整个教育系统的软件”,它不仅反映着社会发展的要求,同时在某种程度上还直接决定着受教育者的培养质量,因而,世界各国都非常注重教材的开发和建设。

但目前,我国职业教育教学和管理模式受传统教育思想和教育模式的影响较深,以能力为本位的教育观念还未能在教学领域完全形成,课程改革和教材开发还远远满足不了形势发展对高职教育的要求。

因此,要适应21世纪知识经济时代发展和我国现代化建设的的要求,高等职业教育必须加快课程体系改革和教材建设的步伐,建立符合时代特征和具有我国特色的职业教育新思想、新模式、新课程体系。

有鉴于此,对外经济贸易大学出版社为适应教育发展的新形势,并努力推动高职高专院校的教材建设,委托我们组织全国职业院校的教师及具有企业工作经验的业务骨干,编写这套高职高专新概念(财经类)系列教材。

本系列教材暂包括国际贸易、会计、市场营销、经贸英语、旅游管理、物流管理、电子商务等9大专业以及基础科目90门课程。

<<公共关系实用教程>>

内容概要

《公共关系实用教程》讲述了：当今世界，科学技术日新月异，知识经济初见端倪，国力竞争日趋激烈。

针对这一知识化、信息化、全球化的时代特征，世界各国正在酝酿进行一场深刻的教育改革，以培养同时代要求相适应的高素质的劳动者和富有创造性的专业人才。

<<公共关系实用教程>>

书籍目录

第一篇 公共关系原理	第一章 绪论	【学习目标】	【重点难点】	第一节 公共关系的概念
	第二节 公共关系的发展历史	第三节 学习公共关系学科的现实意义	第二章 公共关系的构成要素	【学习目标】
	【重点难点】	第一节 公共关系的主体——社会组织	第二节 公共关系的客体——公众	第三节 公共关系的过程——信息的沟通传播
	【学习目标】	【重点难点】	第一节 公共关系的职能	第二节 公共关系的原则
第四章 技能训练	【训练目的】	【训练重点】	第二篇 公共关系实务	第五章 公共关系工作程序
	【学习目标】	【重点难点】	第一节 公共关系调查	第二节 公共关系策划
	第三节 公共关系实施	第四节 公共关系评估	第六章 公共关系专题活动	【学习目标】
	【重点难点】	第一节 公共关系言语传播	第二节 公共关系文字传播	第三节 公共关系整合传播
第七章 公共关系危机管理	【学习目标】	【重点难点】	第一节 公共关系危机	第二节 公共关系危机管理
第八章 技能训练	【训练目的】	【训练重点】	第三篇 公共关系组织和人员	第九章 公共关系组织机构及其工作职能
	【学习目标】	【重点难点】	第一节 组织内设的公共关系部门	第二节 专业公共关系公司
	【学习目标】	【重点难点】	第一节 公共关系人员	第二节 公共关系礼仪
第十一章 技能训练	【训练目的】	【训练重点】	参考文献	

章节摘录

第二节 专业公共关系公司 专业公共关系公司是由职业公关专家和各类公关专业人员组成，是专门为社会提供公关咨询或受理委托为客户开展公关活动的信息型、智力型、传播型的服务性机构。公共关系公司通常也称公共关系顾问公司、公共关系咨询公司或公共关系事务所等。

一、专业公共关系公司的性质 公共关系专业公司在20世纪初诞生于现代公共关系的发源地——美国。

1903年，美国“公共关系之父”艾维·李开设了世界上第一家具有公共关系公司性质的宣传顾问事务所，为企业有偿提供传播和宣传服务，颇受欢迎。

1920年，随着美国社会需要和现代公共关系职业化的发展，美国人N·W·艾尔正式开办了公共关系公司。

我国自从1985年成立中国环球公共关系公司后，已涌现出了许多公共关系公司。

随着我国市场经济的建立和发展，社会关系日益错综复杂，不少大、中型组织相继设立了自己的公共关系机构。

为数更多的小型组织因条件限制无力建立专门的公共关系部门，遂聘请公共关系顾问公司代劳，而那些虽然没有自己公共关系机构的组织在开展高层次的公共关系活动时，为取得更加明显的公共关系工作效果也常求助于公共关系公司。

所以专业的公共关系公司的性质主要体现在： 其一，它是一种咨询性服务，是一种软件服务。

因为公关公司具有经验丰富、专业水准高、对问题分析比较客观准确的专家，所以可以为客户提供知名度与美誉度的咨询、公众意向情况的咨询、有关决策及其实施情况的咨询和大众传播媒介选择的咨询等。

<<公共关系实用教程>>

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>