

<<公共关系学>>

图书基本信息

书名：<<公共关系学>>

13位ISBN编号：9787811358032

10位ISBN编号：7811358034

出版时间：2011-8

出版时间：暨南大学出版社

作者：黄曼青

页数：248

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>

<<公共关系学>>

内容概要

根据高职高专院校的教学大纲要求及教学特点，本着职业性、实用性、适用性和开放性的教学要求，依照发展学生智力与培养学生能力相统一的基本原则，我们编写了《公共关系学》，力求该书能体现以下特点：

1. 以项目导向任务驱动的教学模式对公关学科体系进行重新的解读，体现职业教育的特色
本书在内容编排上侧重体现公共关系的应用性和现实性，注重知识的学习、运用与技能的培养。
按照公共关系学内容的发展逻辑，将全书内容概括为公共关系概论、公共关系要素、公共关系四大工作模块、公关危机管理、公共关系专题活动、现代企业组织形象设计——CIS战略六个项目，每个项目再梳理出若干具体的工作任务。

2. 体例新颖独特，尽量实现与课堂教学的无缝对接
每个项目分解为若干具体的工作任务，每个工作任务由知识目标、能力目标、任务导入、任务分析、理论要点、实践启迪、项目训练、思考练习八个部分组成。

知识目标与能力目标——项目任务重点与精髓预先知晓；
任务导入与任务分析——精选案例以引起学生的兴趣；

理论要点——重点介绍公关的基础理论与方法，内容力求精简，做到举一反三；
实践启迪——筛选最新资料进行案例设计、点评；
项目训练——引导学生将知识转化为技能；
思考练习——加深对本项目任务内容的理解和掌握。

<<公共关系学>>

书籍目录

前言

项目一 公共关系概论

任务一 公共关系的含义、要素及分支概念

任务二 公共关系的原则及基本职能

任务三 公共关系的产生与发展

项目二 公共关系要素

任务一 公共关系主体——社会组织及其形象分析

任务二 公共关系客体——公众及公众心理分析

任务三 公共关系传播——公共关系的重要手段

项目三 公共关系四大工作模块

任务一 公共关系调查

任务二 公共关系策划

任务三 公共关系实施

任务四 公共关系评估

项目四 公关危机管理

任务一 公关危机概述

任务二 公关危机管理

任务三 制订危机管理计划

项目五 公共关系专题活动

任务一 赞助活动

任务二 庆典活动

任务三 新闻发布会

任务四 展览会

任务五 公关联谊活动

任务六 借势与造势

项目六 现代企业组织形象设计——CIS战略

任务一 CI与CIS概述

任务二 CIS的系统构成要素及MI、BI系统的设计

任务三 VI系统设计

参考文献

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>