

<<公共关系学>>

图书基本信息

书名：<<公共关系学>>

13位ISBN编号：9787811388763

10位ISBN编号：7811388766

出版时间：2010-8

出版时间：西南财经大学出版社

作者：付晓蓉 编

页数：201

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

随着全民终身学习型社会的不断建立和完善，业余成人（网络）学历教育学生教材的质量要求越来越高。

为了进一步提高成人（网络）教育的人才培养质量，帮助学生更好地学习，依据西南财经大学成人（网络）教育人才培养目标、成人学习的特点及规律，西南财经大学成人（网络）教育学院和西南财经大学出版社共同规划，依托学校各专业学院的骨干教师资源，致力于开发适合成人（网络）学历教育学生的高质量优秀系列规划教材。

西南财经大学成人（网络）教育学院和西南财经大学出版社按照成人（网络）教育人才培养方案，编写了专科及专升本公共基础课、专业基础课、专业主干课和部分选修课教材，以完善成人（网络）教育教材体系。

由于本系列教材的读者是在职人员，他们具有一定的社会实践经验和理论知识，个性化学习诉求突出，学习针对性强，学习目的明确，因此，本系列教材的编写突出了基础性、职业性、实践性及综合性。

教材体系和内容结构具有新颖、实用、简明、易懂等特点；对重点、难点问题的阐述深入浅出、形象直观，对定理和概念的论述简明扼要。

为了编好本套系列规划教材，在学校领导、出版社和其他学院的大力支持下，首先成立了由学校副校长、博士生导师丁任重教授任主任，成人（网络）教育学院院长唐旭辉研究员和出版社社长、博士生导师冯建教授任副主任，其他部分学院领导参加的编审委员会。

在编审委员会的协调、组织下，经过广泛深入的调查研究，制定了我校成人（网络）教育教材建设规划，明确了建设目标，计划用两年时间分期分批建设。

其次，为了保证教材的编写质量，在编审委员会的协调下，组织各学院具有丰富成人（网络）教学经验并有教授或副教授职称的教师担任主编，由各书主编组织成立教材编写团队，确定教材编写大纲、实施计划及进行人员分工等，经编审委员会审核每门教材的编写大纲后再编写。

经过多方的努力，本系列规划教材终于与读者见面了。

在此之际，我们对各学院领导的大力支持、各位作者的辛勤劳动以及西南财经大学出版社的鼎力相助表示衷心的感谢！

在今后教材的使用过程中，我们将听取各方面的意见，不断修订、完善教材，使之发挥更大的作用。

<<公共关系学>>

书籍目录

第一章 公共关系和公共关系学 第一节 公共关系的定义 一、公共关系的种种定义 二、公共关系的本质 三、公共关系定义的陈述 第二节 公共关系的分支概念和相关范畴 一、公共关系状态、公共关系活动或实务、公共关系观念 二、组织、公众、传播 三、关系、舆论、形象 四、公共关系涵义的核心概念 五、相关的学科概念和实践范畴 第三节 公共关系学的研究对象与内容 一、公共关系学的研究对象 二、公共关系学的基本内容

第二章 公共关系的起源和发展 第一节 公共关系的起源和在我国的发展 一、公共关系起源和形成的三个阶段 二、公共关系在我国的发展 第二节 公共关系产生的条件 一、文化条件——由“理性”文化转向“人性”文化 二、政治条件——民主政治取代专制政治 三、经济条件——市场经济取代小农经济 四、技术条件——大众传播超越个体传播 第三节 公共关系发展的新趋势 一、国际公共关系发展的新趋势 二、中国公共关系发展的新趋势

第三章 公共关系的功能和组织 第一节 公共关系的功能 一、传播的过程 二、传播的基本要素 三、公共关系的四种传播模式 第三节 公关传播中的沟通障碍与改善沟通的方法 一、公关传播中的沟通障碍 二、改善公关传播沟通的一些方法 三、传播观念——公共关系实务的灵魂 第四节 公共关系的传播媒介 一、媒介的功能 二、语言交流方式 三、文字传播媒介 四、电子传播媒介 五、非语言传播符号 六、其他传播媒介 七、公共关系的新媒介——网络媒体

第七章 公共关系活动实务 第一节 宣传型公共关系工作 一、“媒介”宣传策略 二、“活动”宣传策略 三、“明星”宣传策略 四、“赞助”宣传策略 第二节 公共关系接待工作策略与技巧 一、公共关系接待工作策略 二、公共关系接待礼仪 三、谈判礼仪 四、庆典礼仪 五、文书礼仪 第三节 交往型公关的方式 一、公众联谊会 二、公众座谈会 三、沙龙活动 四、参观游览活动 五、节假日祝贺活动 第四节 服务型公关的策划艺术 一、公关服务定位 二、公关服务决策

第八章 危机公关 第一节 危机及危机管理的概述 一、危机的概念及其危机事件的特征 二、危机管理的概念及模型 三、危机管理的基本法则 第二节 事故性危机事件的处理 一、事故性危机事件发生的原因 二、事故性危机事件的处理程序 三、事故性危机事件的工作策略 第三节 受害性危机事件的处理 一、受害性危机事件发生的原因 二、处理受害性危机事件的策略 第四节 误解性危机事件的处理 一、误解性危机事件发生的原因 二、误解性危机事件的处理程序 第五节 处理公关危机事件的艺术 一、公关人员的态度 二、处理公关危机事件的注意事项

参考文献

章节摘录

美国的社会科学家莱克斯·哈罗博士在美国公共关系研究和教育基金会的赞助下，收集了472个定义，征求了83名公共关系机构领导人的意见后，全面地下了一个定义：“公共关系是一种特殊的管理功能。

它在一个组织及其公众之间建立并保持双向的传播、谅解、接受与合作；它参与处理各种问题和难题；它帮助管理部门及时了解舆论并作出反应；它明确和强调管理部门为公众利益服务的责任；它帮助管理部门随时掌握并有效地利用变化的形势，帮助预测发展趋势，以作为警报系统；它运用研究方法和健全的、正当的传播技能作为其主要工具。

”由美国公共关系权威期刊《公共关系新闻》的创始人Denny Griswold给出的公共一关系定义是被引用得最多的定义之一。

他认为：“公共关系是一种管理职能，用以评估公众态度，从公众兴趣的角度出发来决定企业政策和程序，计划并实施行动方案以获取公众的理解与认可。

”美国著名公共关系学者斯各特·卡特里普给公共关系下的定义是：“公共关系是这样一种管理功能，它建立并维护一个组织和决定其成败的各类公众之间的互利互惠关系。

”卡特里普将公共关系定义为组织的特有的管理活动，其目标是建立组织与各类公众之间的互惠与合作关系。

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>