<<公共关系学>>

图书基本信息

书名:<<公共关系学>>

13位ISBN编号:9787111369745

10位ISBN编号:7111369742

出版时间:2012-2

出版时间:机械工业出版社

作者: 刘军 等主编

页数:270

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

公共关系学是一门实践性很强的综合性学科,涉及管理学、消费心理学、广告学、传播学、语言学、市场营销学等一系列学科。

本书注重将这几门学科融会贯通,更好地体现完整的知识体系。

本书在第1版的基础上进行了补充、更新和修订,系统地介绍了公共关系的相关理论和实践艺术,并突出公共关系中的重要内容和新内容,如危机管理和网络公共关系。

书可作为管理类各本科专业的教材,也可作为企业管理人员的培训教材,同时也是其他专业人员自学管理艺术、提高自身素质的一本好书。

<<公共关系学>>

书籍目录

第	一章	绪论
	第一节	5 公共关系的含义
		5 公共关系的要素、特征与形成条件
	第三节	5 公共关系的产生和发展
		5 公共关系在中国
		5 公共关系学的范畴
筆		公共关系的职能与原则
/1-		5 公共关系的职能
	-	5 公共关系的原则
錊		公共关系主体
7-		公共关系工体 5 公共关系的主体
	オート	ī 社会组织概述 ī 公共关系机构
<u>~</u>		5 公共关系人员 公共关系安体
5.		公共关系客体
		5 公众的含义和特征
		, 公众的分类
		5 公众心理定势分析
~~		5 公众关系处理 (1)
釆		公共关系传播
		5 传播的基本原理
		5 公共关系传播媒介
		。
~~		5 公共关系传播技巧——媒介计划与发布
果		公共关系工作程序
		5 公共关系调查
		5 公共关系策划 5 公共关系第1884年第14
		5 公共关系计划的实施
		5 公共关系评估
第	-	公共关系文书写作
		京 常规性文书写作
		传播性文书写作
	-	调查咨询性文书写作
		5 公共关系策划书
弟		公共关系专题活动
		三会议活动
	第二节	专项活动
	第三节	
	第四节	
		5 公共关系谈判
		ī 公共关系广告
第		公共关系危机管理
	第一节	
		元 危机处理
	第三节	ī 危机管理

<<公共关系学>>

第四节	网络危机公关
第十章	社会组织形象的塑造

第一节 组织形象概述

第二节 CIS战略

第三节 CS战略

第四节 名牌战略

第五节 组织形象的评价

第十一章 网络公关

第一节 什么是网络公关

第二节 网络公关的产生

第三节 网络公关三要素的变化

第四节 网络公关包含的四个层面

第五节 网络公关的应用

第十二章 公共关系语言艺术

第一节 公共关系语言的一般要求

第二节 公关界域语言

第三节 体态语言

第四节 服饰语言

第五节 公关礼貌语言

第六节 跨文化的公关语言

参考文献

<<公共关系学>>

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