

<<公共关系>>

图书基本信息

书名：<<公共关系>>

13位ISBN编号：9787115238399

10位ISBN编号：7115238391

出版时间：2010-10

出版时间：人民邮电出版社

作者：葛洪武，葛建男 主编

页数：247

字数：359000

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

高等职业教育的改革对高职教育人才的培养方式、教学内容、教学过程、学习方法等方面都提出了新的要求，高职教材的编写必须紧紧围绕高等职业教育改革的目标，即培养高素质的技能型人才展开。

本书以国家职业标准为依据，以“校企合一、工学交替”的高职人才培养模式为指导，积极探索按工作过程整合教学资源的新思路，以培养学生的公关能力为主线，全面设计理论知识、实训方案，从切实提高学生能力入手，根据达到能力水平所需的知识来确定教材的内容。

本书力争在理论够用的前提下，突出能力的培养，理论与实践相结合，达到知识与应用的统一。

本书在编写过程中特别注重实训的安排，以提高学生的公关能力。

同时，本书从考核的要求和标准方面进行了改革，从原来的注重理论知识的考核转变为公关能力的考核。

本书的主要特点如下。

(1) 体系新颖。

本书打破了公共关系常见的内容框架体系，重新整合课程体系，进一步体现工作过程的逻辑性。

全书共分为3篇，10章。

每一章具体由学习目标、案例导入、正文、思考题、课程总结、实训等部分组成，从形式到内容的安排上保证体系和内容的新颖。

(2) 实用性强。

本书理论阐述简单明了，通俗易懂，配以经典的案例，可以加深学生对理论知识的理解，帮助学生进行社会实践。

书中每节安排有实训环节，每章安排有综合实训环节，它们是学生提升公关能力的基础。

<<公共关系>>

内容概要

本书从公关活动出发,全面阐述了公共关系的基本概念、核心概念,从公关活动程序中分析了公共关系活动的主体、客体、手段,公关调研、策划及公关活动实施等基本的内容与方法,内容精简而实用。

本书紧紧围绕高职高专经济类、管理类人才的培养目标,针对用人单位对公关人才素质的需求现状,吸收了目前公关领域里的最新研究成果,理论阐述清晰,突出实践技能的提高与应用。

全书构思新颖,针对性强,体系清晰,内容简练。

章节编排体系完整,每章明确学习目标,特别强调技能目标,每节以案例导入,正文部分穿插大量阅读材料与思考题,结尾部分提供本章的学习指导,并安排综合实训。

本书适用于高职高专、成人高校的经济类、管理类及相关专业的师生以及各类企事业单位从事公关工作的人员使用,同时也可以作为各类企业培训的教材或者参考资料。

<<公共关系>>

书籍目录

第一篇 公共关系概述	第一章 公共关系的基础知识	学习目标	第一节 公共关系的定义与特征
第二节 公共关系的构成要素	第三节 公共关系的功能与职能	第四节 公共关系的产生与发展	本章小结 核心概念 复习题 案例分析 综合训练
第二章 公共关系的主体——组织	学习目标	第一节 公共关系的主体	第二节 公共关系的组织机构
第三节 公共关系人员	本章小结 核心概念 复习题 案例分析 综合训练	第三章 公共关系的客体——公众	学习目标
第一节 公众的含义、特征	第二节 公众分类	第三节 主要公众关系分析	本章小结 核心概念 复习题 案例分析 综合训练
第四章 公共关系的手段——传播	学习目标	第一节 公共关系传播的基本原理	第二节 公共关系传播的规律和技巧
第三节 公共关系传播媒介	本章小结 核心概念 复习题 案例分析 综合训练	第二篇 公共关系工作程序	第五章 公共关系调研 学习目标
第一节 公共关系调研的意义与内容	第二节 公共关系调研的原则与方法	第三节 公共关系调研的程序	第四节 公共关系调查报告的撰写
本章小结 核心概念 复习题 案例分析 综合训练	第六章 公共关系策划	学习目标	第一节 公共关系策划概述
第二节 公共关系策划的类型与主要程序	第三节 公共关系策划的主要方法与管理	本章小结 核心概念 复习题 案例分析 综合训练	第七章 公共关系活动的实施 学习目标
第一节 公共关系活动模式	第二节 公关活动实施方案	本章小结 核心概念 复习题 案例分析 综合训练	第八章 公共关系活动效果的评估 学习目标
第一节 公共关系评估的内容与程序	第二节 公共关系评估的标准和方法	第三节 公共关系评估报告的撰写	本章小结 核心概念 复习题 案例分析 综合训练
第三篇 公共关系活动	第九章 公共关系专题活动	学习目标	第一节 专题活动概述
第二节 新闻发布会	第三节 庆典活动	第四节 赞助活动	第五节 展览会
第六节 记者招待会	第七节 开放参观活动	本章小结 核心概念 复习题 案例分析 综合训练	第十章 公共关系危机管理 学习目标
第一节 公共关系危机的概述	第二节 公共关系危机预防	第三节 公共关系危机处理	本章小结 核心概念 复习题 案例分析 综合训练 参考文献

<<公共关系>>

章节摘录

公关人员经常组织各种类型的公关活动，因此，必须具备较强的组织能力。

公关人员的组织能力主要表现为在落实和实施公关计划、方案过程中所需要的组织与指挥能力，也就是能够有效地控制公关计划、方案的实施过程，排除不可控因素的干扰，保证最大限度地实现公关目标。

当任务完成后，能够及时地提出新的奋斗目标，使公关工作能持续地开展。

具体地说，公关组织能力可表现为：能够卓有成效、有条不紊地组织新闻发布会、营销展览会、成果展示会等公关活动，使组织工作圆满有序，井井有条，有章有法，不出差错等。

表达能力。

表达能力包括文字表达能力和口头表达能力，能说会写是对公关人员的两项基本要求。

说，包括演说、谈话、谈判等，这是公关人员经常运用的工作方式；写，包括撰写各种新闻稿、组织内部各种公文、设计广告词、整理宣传资料、书写演讲稿或报告等。

公关人员一定要具备坚实的笔墨功夫。

一个不会写作的公关人员等于缺了一只手或断了一条腿。

国外有些组织的公关部把“擅长写作”作为对公关人员的第一职业要求，可见其重视的程度。

写作能力的培养并不是一蹴而就的，它首先要求公关人员具有一定的文化修养和写作基础，然后坚持在实践基础上不懈地练习，这样方能有所长进。

由于公关人员与人打交道，因此必须具备相当的语言表达能力。

一个人的语言能力强，可以产生吸引人、打动人、说服人、给人以好感的神奇作用，而这正是公关工作人员常常希望能够达到的理想效果。

在表达能力方面，除了要精通祖国的语言和文字外，公关人员还应具备外语传播的能力。

此外，公关人员还可以利用表情、动作、服饰、改变环境等来表示一定的含义，甚至还可以利用时间、空间的控制，来表达语言所不能表达或不便表达的内容。

……

<<公共关系>>

编辑推荐

《公共关系》阅读材料经典丰富，实训突出能力培养 《公共关系》结合实际工作过程及市场人才需求
《公共关系》着力培养公关意识，提高公关素质

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>