第一图书网, tushu007.com

<<公共关系学>>

图书基本信息

书名：<<公共关系学>>

13位ISBN编号：9787122046574

10位ISBN编号：7122046575

出版时间：2009-5

出版时间：化学工业出版社

作者：沈永祥，洪霄 编

页数：124

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

内容概要

公共关系已经成为现代社会组织的一项管理职能，也成为组织战略重要的组成部分，是组织主动适应和协调不断变化着的内部、外部环境的重要职能。
同时，公共关系通过形象和信息传播，成为方向性渗透、目标突破、关系沟通和解决冲突的重要手段。
学习公共关系势在必行。
《公共关系学（第2版）》共分八章，深入浅出地介绍了公共关系的发展历史、原理、职能、公关机构、公关的对象、公关的模式、公关的程序、公关的传播、公关广告、公关的日常工作与专项工作、CIS与公关、公关礼仪等。
《公共关系学》融入了高等职业技术课程教学改革的最新思想，引入了工作任务，并引用大量的最新案例，进行较为清晰的分析，使学生能在比较轻松的学习环境中有所收获。
《公共关系学（第2版）》可供高等职业教育各专业使用，同时也可以供中等职业学校和从事公共关系工作的人员参考使用。

书籍目录

第一章　公共关系概述 第一节　公共关系的概念 一、公共关系的发展 二、公共关系的含义及构成要素 第二节　公共关系的职能一、信息情报职能二、咨询参谋职能 三、沟通协调职能 四、公共关系纠纷 五、传播外交职能 六、社会交往，促进友谊 第三节　公共关系的组织机构和从业人员的素质要求 一、公共关系的组织机构 二、公共关系从业人员的素质要求 第二章　公共关系模式和工作对象 第一节　公共关系模式类型 一、宣传型公共关系 二、交际型公共关系 三、服务型公共关系 四、社会型公共关系 五、征询型公共关系 六、建设型公共关系七、维系型公共关系八、进攻型公共关系九、防御型公共关系十、矫正型公共关系 第二节　社会组织的内部公众 一、职工 二、股东 第三节　社会组织的外部公众 一、顾客 二、社区 三、政府 四、新闻界 五、金融界 六、社会名流 七、外宾客商 第三章　公共关系工作程序 第一节　公共关系调查 一、公共关系调查的方法 二、公共关系调查的内容 第二节　公共关系策划 一、组织形象设计 二、确定公关目标 三、选择公关模式 四、制订公共关系计划 五、编报财务预算 第三节　公共关系实施 一、选择宣传媒介 二、确定活动方式 第四节　公关效果评价 一、形象效果检测 二、年度总结报告 三、社会效益评价四、新闻舆论分析第四章　公共关系日常工作第一节　接待和拜访工作一、来访者接待二、电话接待三、拜访工作第二节　宣传工作一、日常公文写作二、新闻宣传稿的写作第五章　公共关系专项活动 第一节　社会赞助 一、社会赞助活动的目的 二、社会赞助活动的主要对象 三、社会赞助活动的组织安排 四、赞助活动的注意事项 第二节　展览会 一、展览会的作用 二、展览会的类型 三、展览会的组织工作第三节　危机处理一、危机的特征二、危机的类型三、危机的预防和管理第四节　庆典活动一、庆典活动的形式二、庆典活动的组织和安排第六章　CIS战略与公共关系第七章　公共关系广告宣传第八章　公共关系礼仪参考文献

章节摘录

第一章 公共关系概述 第一节 公共关系的概念 一、公共关系的发展 我国公共关系的发展始于20世纪80年代初。
由于外开放政策的实行，中国创办了深圳等5个经济特区，开放了14个沿海城市。
随着外商对华的投资和贸易，西方先进的科学技术与管理方法逐渐被引入。
经济特区及沿海开放城市（首先是广东）直接从国外引进了公共关系这种新的经营管理职能。
它以实践的形态传人我国后，很快引起企业界的兴趣和重视，在市场经营与企业管理实践中进行模仿和探索，从客观上推动了公共关系学理论研究与教育的发展。
公共关系作为现代新兴的思想理论和社会职业，首先是以一种公关实务的面貌，即新的经营管理方法和技术，率先在中国沿海开放城市，如深圳、广州等中外合资的宾馆、饭店和旅游业兴起的。
这些服务性的企业依照国外现代企业的模式设立了公共关系部，开展公关业务。
这些公共关系部中，多数是在海外受过公共关系训练的人担任经理。
1980年深圳蛇口华森建筑设计顾问公司成立，这是我国第一家公共关系性质的专业公司。
它主要是适应特区建设的需要，提供经验与技术。
随后，公共关系迅速传播和延伸到北京、上海等中心城市。
例如，广州花园酒店聘请美国企业管理硕士林美玲女士担任公关部经理；北京长城饭店的第一任公关部经理是美方经理露丝·布朗女士，并且制定了《长城公共关系指南》；广州中国大酒店第一任公关经理是美籍华人田士龄小姐等。
国有企业第一个设立公共关系部的是广州白云山制药厂。
1984年白云山制药厂设立公关部以后，就每年拨出总产值的10%作为“信誉投资”，以提高企业的知名度。
…… ……

第一图书网, tushu007.com

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