

<<公共关系概论>>

图书基本信息

书名：<<公共关系概论>>

13位ISBN编号：9787300120324

10位ISBN编号：7300120326

出版时间：2010-6

出版时间：中国人民大学

作者：邹正方

页数：347

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>

<<公共关系概论>>

内容概要

公共关系作为一门现代管理科学，是企业、政府、国际关系发展的“润滑剂”，对于促进政府与公众、企业与公众、国际社会之间的沟通和理解，促进政治稳定、社会和谐、经济发展、世界和平具有独特的积极作用。

改革开放以来，公共关系行业在中国得到了快速发展，相当多的政府部门设立了公共关系机构，越来越多的企业建立了公共关系部门。

在应对突发事件、塑造政府形象、打造企业品牌、增强政府影响力和企业竞争力、化解国际经济贸易纠纷等方面，公共关系发挥着日益重要的作用。

本书是在第一版(书名为《公共关系理论与实务》)的框架下，充分吸收了国内外相关研究成果的基础上精心修订而成的。

本书第一版由张志刚、周涛、周亚辉、徐祖永、丁庆标和我共同编写，并由我负责统稿。

第一版自1989年出版以来，受到了读者的广泛关注和好评。

随着公共关系理论和实践的不断发 展，教材内容也需要随之进行调整和完善。

本书第二版结合公关从业人员的职业标准要求，总结和吸收了近些年来国内外公共关系的理论智慧和实践成果，对大部分内容做了实质性的更新和调整，如增加了危机公关的内容，更新和丰富了案例分析，增加了新闻摘录和参考资料。

这样就使本教材不仅理论体系更加完整，实务特色更加突出，也更具有实用性和可操作性。

<<公共关系概论>>

书籍目录

第1章 公共关系概述 1.1 公共关系的概念、对象和类型 1.2 公共关系的产生和发展 本章小结
关键术语 复习思考题第2章 公共关系的职能与原则 2.1 公共关系的职能 2.2 公共关系的原则
本章小结 关键术语 复习思考题第3章 公共关系活动的程序 3.1 公共关系调研 3.2 公共关系计划
3.3 公共关系计划实施 3.4 公共关系评估 本章小结 关键术语 复习思考题第4章 公共关系与大众传播媒介
4.1 大众传播的过程与功能 4.2 大众传播媒介的选择 4.3 大众传播效果分析 本章小结 关键术语 复习思考题
第5章 公共关系的应用技术 5.1 如何搞好新闻宣传 5.2 如何做好公共关系广告 5.3 如何办好展览会 5.4 如何提供赞助 本章小结 关键术语 复习思考题
第6章 公共关系机构和人员 6.1 公共关系机构 6.2 公共关系人员 本章小结 关键术语 复习思考题
第7章 企业公共关系 7.1 企业公共关系的概念与目标 7.2 企业公共关系的对象 7.3 企业公共关系的方式 本章小结 关键术语 复习思考题
第8章 政府公共关系 8.1 政府公共关系的主要特点和基本原则.....第9章 国际公共关系第10章 危机公关附录 公关员国家职业标准

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>