

<<公共关系原理与实务>>

图书基本信息

书名：<<公共关系原理与实务>>

13位ISBN编号：9787300149721

10位ISBN编号：7300149723

出版时间：2011-12

出版时间：中国人民大学出版社

作者：蒋楠 主编

页数：225

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>

## <<公共关系原理与实务>>

### 内容概要

《公共关系原理与实务》吸纳了国外先进的公共关系研究成果与国内公共关系职场实践的运作经验，严谨、系统地阐述了公共关系学的理论知识与实务操作内容，并集中论述了公共关系的三要素——社会组织、传播、公众和公共关系的四步工作法——调查、策划、实施、评估，将经典案例、权威观点、系统理论、课堂实训等有机结合，达到了理论体系线条清晰、实务内容求实到位的编写目的。本书适合高职高专及热爱公共关系学的各类人士阅读学习。

## <<公共关系原理与实务>>

### 书籍目录

#### 第一章 公共关系学概述

导入案例 让世界一起联想

第一节 公共关系的含义

第二节 公共关系的要素与特征

第三节 公共关系学的发展历程们

第四节 公共关系学与市场营销学

#### 第二章 公共关系主体——社会组织

导入案例 中华挑战世界之最

第一节 公共关系的职能

第二节 社会组织中的公关机构——公共关系部

第三节 专业公共关系机构——公共关系公司

第四节 公共关系活动的操作者——公共关系从业人员

第五节 公共关系工作与市场营销工作的比较

#### 第三章 公共关系手段——传播及媒介

导入案例 绿色市场标准

第一节 公共关系传播理论帕

第二节 公共关系传播媒介

第三节 公共关系活动中的人际沟通

第四节 市场营销活动中传播的应用

#### 第四章 公共关系客体——公众

导入案例 齐护食水共建未来

第一节 公众分类

第二节 内部公众

第三节 顾客公众

第四节 媒介公众

第五节 其他公众

#### 第五章 公共关系调查

导入案例 中国公共关系业2008年度调查报告(节选)

第一节 公共关系调查的原则与程序

第二节 公共关系调查的分类与方法

第三节 公共关系调查的内容

第四节 公共关系调查报告的编写

第五节 公共关系调查与市场营销调查

#### 第六章 公共关系策划

导入案例 全国掀起劳模热

第一节 公关策划的程序及模式

第二节 公关策划的方法

第三节 一般公关活动的策划

第四节 大型公关活动的策划

第五节 整合营销传播策划

#### 第七章 公共关系活动实施

导入案例 飞跃200年,开创新纪元

第一节 一般公共关系活动的实施

第二节 大型公共关系活动的实施

第三节 公关危机管理

## <<公共关系原理与实务>>

第四节 整合营销传播的实施

第八章 公共关系活动效果评估

导入案例 首届外来务工明星评选活动盛大鸣金

第一节 公共关系评估的类型和程序

第二节 公共关系评估的标准与方法

第三节 公共关系评估报告的撰写

第四节 公共关系评估对企业市场营销的影响

第九章 组织公共关系举要

导入案例 伊利：中国乳企复苏的责任样本

第一节 企业公共关系

第二节 政府公共关系

第三节 医院、学校等组织的公共关系

参考文献

<<公共关系原理与实务>>

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>