

<<公共关系学>>

图书基本信息

书名：<<公共关系学>>

13位ISBN编号：9787301180945

10位ISBN编号：7301180942

出版时间：2011-1

出版时间：北京大学出版社

作者：任正臣

页数：303

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

本书着重介绍公共关系的理论、实务以及如何改善公共关系的具体手段、方法，告诉人们如何从事公共关系活动，如何搞好公共关系。

本书以各种理论为指导，以有说服力的实例为依据，以可操作性的需求为出发点，力求全面系统地阐述公共关系的理论、方法、技巧。

纵观全书，观点新颖，信息量大，操作性运用性均很强。

<<公共关系学>>

书籍目录

第一篇 公共关系原理 第一章 总论 第一节 公共关系的定义 第二节 公共关系的构成要素 第三节 公共关系的角色与功能定位 第四节 公共关系的基本原则 第二章 公共关系的主体：社会组织 第一节 社会组织的含义、特征与分类 第二节 公共关系组织机构 第三节 公共关系人员 第三章 公共关系的客体：公众 第一节 公众的含义、特征与分类 第二节 公众心理分析 第四章 公共关系的传播 第一节 公共关系传播的概念与特征 第二节 公共关系传播的类型 第三节 公共关系的主要传播媒介 第四节 公共关系传播的主要手段 第五章 组织形象 第一节 组织形象的含义及价值效应 第二节 组织形象的内涵与外延 第三节 组织形象塑造 第六章 公共关系的运作程序 第一节 公共关系调研 第二节 公共关系策划 第三节 公共关系实施 第四节 公共关系评估 第二篇 公共关系实务 第七章 公共关系的专题活动 第一节 新闻性公共关系活动 第二节 庆典活动的组织与策划 第三节 人际沟通性公共关系活动 第八章 危机公共关系 第一节 危机与危机公关 第二节 危机的类型 第三节 危机公共关系管理 第四节 组织形象的重塑 第九章 企业公共关系 第一节 企业公共关系的概念、作用与特点 第二节 企业内部公共关系 第三节 企业外部公共关系 第十章 政府公共关系 第一节 政府公共关系的含义、特点与意义 第二节 政府公共关系的目标 第三节 政府公共关系的内容 第四节 政府公共关系的运作 参考文献 后记

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>