第一图书网, tushu007.com

<<公共关系实务新编>>

图书基本信息

书名：<<公共关系实务新编>>

13位ISBN编号：9787301189955

10位ISBN编号：7301189958

出版时间：2011-8

出版时间：北京大学出版社

作者：甄珍 编

页数：179

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书结合全国公关员职业资格考试的要点，系统简明地介绍了公共关系的基本理论，阐述了公共关系调研、策划、实施、评估的四步工作法的基本内容，通俗易懂地介绍了公关传播、公关协调、公关技能、组织形象塑造与管理、危机管理、公关礼仪以及公关专题活动等具体实务。

本书内容新颖实用，案例丰富，每章后面附有思考、实训及案例分析。
《公共关系实务新编》可作为高职高专贸易经济类专业的教材，也可作为公关从业人员的学习用书。

书籍目录

第一章　公共关系概述
　第一节　公共关系的含义
　第二节　公共关系的要素
　第三节　公共关系的功能
　第四节　公共关系的产生与发展
　第五节　公共关系组织机构
　第六节　公共关系从业人员
　思考、实训与案例分析
第二章　公共关系传播
　第一节　传播
　第二节　公共关系传播
　第三节　公关新闻传播
　思考、实训与案例分析
第三章　公共关系工作程序
　第一节　公共关系调查
　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
　思考、实训与案例分析
第四章　公共关系的协调沟通
　第一节　内部公共关系的协调
　第二节　外部公共关系的协调
　第三节　公关中的人际沟通
　思考、实训与案例分析
第五章　组织形象塑造与管理
　第一节　组织形象分析
　第二节　组织形象管理
　第三节　组织形象设计与CIS战略
　思考、实训与案例分析
第六章　公共关系专题活动
　第一节　公共关系专题活动概述
　第二节　庆典活动
　第三节　展览会
　第四节　开放参观
　第五节　新闻发布会
　第六节　赞助
　思考、实训与案例分析
第七章　公共关系技能
　第一节　公共关系演讲
　第二节　公共关系谈判
　第三节　公共关系广告
　第四节　公关文书
　思考、实训与案例分析
第八章　危机管理
　第一节　危机概述

第二节　危机管理的过程
第三节　公共关系危机中的传播工作
第四节　危机网络公关
思考、实训与案例分析
第九章　公共关系礼仪
第一节　礼仪概述
第二节　交往礼仪
第三节　接待礼仪
第四节　餐饮礼仪
思考、实训与案例分析
参考文献

章节摘录

5.根据公众形成和发展的过程来划分，可以分为非公众、潜在公众、知晓公众和行动公众。
这是美国公共关系专家格罗尼格和亨特提出来的。
非公众是公共关系学的一个特殊概念，社会学中没有这个概念，这是指既不受组织行为的影响也不对组织产生作用的一类公众。
如美国总统竞选，中国公民就是他的非公众；大学招生，幼儿园小朋友就是非公众。
了解了这一点，公共关系工作就可以避免盲目性，减少不必要的浪费。
潜在公众是已经与组织有某种利益联系但本身并未意识到这种利益联系的这部分公众，如组织行为的受益者、产品质量的潜在受害者等。
这需要公共关系人员未雨绸缪，争取主动性和超前性，预测和监控事态发展，把问题解决在萌芽状态。
知晓公众是由潜在公众发展而来的，这部分公众不仅面临共同的问题，并且已意识到问题的存在。
这部分公众是公共关系工作无法回避的公众，组织必须及时地向他们传递有关信息，争取这部分公众的合作。
行动公众是知晓公众发展的结果，这一部分公众不仅意识到问题的存在，而且已经准备或已经开始采取实际行动来求得问题的解决。
无论他们的行动是积极的还是消极的，组织都应该采取实际和有效的行为去对待他们，除此之外别无选择。
总之，对复杂多样的公众进行科学的分类是公共关系工作的出发点，主要是了解和明确公共关系工作的对象，有针对性地开展公共关系工作，从而提高公共关系活动的效率。
三、公共关系的手段——传播沟通　　公共关系的手段是指组织与公众联系的方式。
传播沟通是联系公共关系主体和客体的中介手段。
在现实生活中，社会组织与公众之间的联系可以有多种方式，如：决议、指示等行政手段，物质奖励或罚款、赔偿等经济手段，法律法规等法律手段，但这些手段都不是公共关系，只有用信息传播的方式才是公共关系。
信息传播是人类信息的传递、接收、交流、分享与沟通的过程。
公共关系不是强权关系，也不是金钱关系，它是一种光明正大的活动，是通过主客体之间信息的交流来协调双方的关系，达到共同繁荣、共同发展。
公共关系的信息传播实际有两种状态，一种是无目的、无计划、无组织性的自发传播；另一种是社会组织有目的、有计划、有组织的自觉传播活动。
公共关系理论研究中的公共关系信息传播，即是指这种自觉的公共关系传播，也就是运用包括各种人际传播、组织传播、公众传播、大众传播等沟通手段和包括各种言语沟通、文字沟通、非语言沟通的方法，以及各种印刷媒介、电子媒介、图像媒介的技术，在组织与公众之间建立有效的双向联系和交流，促成相互间的了解、共识、好感与合作的过程和方式。
四、公共关系的本质——双向信息交流　　所谓双向信息交流，是信息的传递、接收、交流和分享，即运用一定的符号，通过一定的媒介，将信息传递给对方，对方接收到信息后被引起一定的反应，也以一定的信息形式反馈回来。
通过这种双向的交流与沟通，双方逐渐达到了解，达成共识。
公共关系一方面是向外传播，善于针对不同公众的特点，抓住适当时机，选择适当的传播方式，运用适当的传播媒介，把组织适当的信息内容及时地传递给适当的公众。
另一方面是使信息反馈，在公共关系工作中敏锐地反映外界的信息。
这样，通过双向交流，调整组织决策，改善组织行为。
因此，公共关系的双向信息交流，是公共关系的本质属性。
……?

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