

<<公共关系学新论>>

图书基本信息

书名：<<公共关系学新论>>

13位ISBN编号：9787309026054

10位ISBN编号：7309026055

出版时间：2000-11

出版时间：复旦大学出版社

作者：(英)萨姆·布莱克

页数：259

字数：221000

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>

<<公共关系学新论>>

内容概要

本书是《海外公关译丛》中的一种。

《海外公关译丛》收入了当今国际上一些影响甚广的公共关系名著和佳作。

本书是英国公共关系学界权威萨姆·布莱克编撰的一部全面介绍公关理论的著作，内容涉及公众舆论传播、职业道德、媒介关系、印刷品和桌面出版系统、传播图形学、展览会与交易会、摄影和录象、语言表达、赞助和会议、公共关系调研、员工关系和内部沟通、危机管理、金融公关、非盈利组织公关等方面。

本书的出版推广，将有助于中国公关界理论和实务操作水准的规范与提高。

<<公共关系学新论>>

作者简介

萨姆.布莱克教授 (Sam Black, 1915-1999年) , 英国人。

英国公共关系事业的先驱。

英国公共关系协会和国际公共关系协会的创始人之一, 曾任国际公关协会秘书长 (1977-1980年) 和国际公关协会主席 (1982年) 。

他一生致力于公关职业的发展, 曾主持编写国际公关协会第七号“金

<<公共关系学新论>>

书籍目录

第1章 公共关系的作与范畴第2章 传播——公众与公众舆论第3章 公共关系管理第4章 职业道德——英国公共关系协会《职业行为准则》——公共关系的法律问题第5章 媒介关系与联络第6章 印刷品与桌面出版物第7章 传播图形学——企业识别和企业形象第8章 展览会和交易会第9章 摄影、电影和录像第10章 语言表达——演讲与采访第11章 赞助与会议第12章 公共关系的调查研究——评估与监测第13章 企业公共关系——确定趋势、议题管理、社会责任第14章 员工关系与内部沟通第15章 危机管理第16章 金融公关——投资者关系第17章 商务——环境保护——保护消费者利益——市场营销第18章 政府——公共机构与志愿组织——外交——行业协会第19章 非盈利机构与志愿组织——外交——行业协会第20章 公关咨询——公共关系部或公共关系顾问公司第21章 国际公共关系——网络一体态语后记

<<公共关系学新论>>

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>