

<<公共关系学>>

图书基本信息

书名：<<公共关系学>>

13位ISBN编号：9787310030439

10位ISBN编号：7310030435

出版时间：2008-11

出版时间：南开大学出版社

作者：吴光芸 编

页数：345

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>>

前言

在现代社会中，行政管理学，或称公共行政（Public Administration），既是一个新兴的社会管理领域，也是一门发展速度非常快的学科。

为什么？

一个最主要的原因就是现代人类社会需要民主、高效的行政管理。

一般说来，人类社会可以分成私人与公共两大领域。

就公共领域而言，多元价值的集合使得其行政管理行为更为复杂。

行政管理学，或称公共行政（Public Administration）正是探索这一领域客观规律的实践性学科。

其目的就是保障社会公共领域的公平、秩序、效率和发展。

不论是教师、学生或各级行政管理人员，在步入行政管理领域时首先应该明确地认识这一基本概念的含义。

从历史发展来看，公共行政学的产生可以追溯到19世纪末期。

1887年伍德罗·威尔逊发表《行政学研究》一文，由此揭开了西方国家行政管理研究的序幕。

根据伍德罗·威尔逊观点，在现代人类社会的发展过程中，政治的职能是如何保障在多元价值条件下公平地制定公共政策，而如何有效地执行公共政策和保障政策目标的实现则是行政的职能。

因此，政治学应该以公共政策为研究中心，分析各种法律、政令的产生、发展和变化。

但是，社会政治关系包含着复杂的价值认识，无法进行科学性的研究，而作为研究政策执行的公共行政学则可以不受价值判断的影响，根据科学的方法客观地决定如何高效率地执行公共政策。

随着现代社会的发展，公共行政不断地得到新学者们的释义更新和补充，公共行政领域中所包含行政决策因素的这一特征越来越明显，这也就使得伍德罗·威尔逊所阐释的公共行政概念的内涵和外延不断产生一些变化。

从19世纪末至现在，行政管理学的发展大体可以划分为三个阶段。

19世纪末至20世纪60年代是行政管理学发展的早期阶段，即传统的行政管理学。

这个阶段主要强调充分体现在自然科学中的理性和技术对于行政管理的作用。

<<公共关系学>>

内容概要

公共关系是社会组织与其他相关联的组织或群体（公众）之间的各种关系的综合表现，是一种通过塑造和宣传组织的形象来增强组织内部的凝聚力和对外部公众的吸引力的经营管理艺术。

为了实现组织与公众之间良好、持久关系的目标，组织必须实施一系列的公共关系努力，包括：运用传播技能，保持组织与公众之间的交流与理解、认可与合作；参与处理各种问题事件；帮助管理层了解民情民意，并对之做出反应；强调组织为公众利益服务的责任等。

公共关系学是一门既古老又年轻的学科。

说它古老，是因为自人类形成社会、有管理组织开始，公共关系就客观存在；说它年轻，是因为作为一种现代管理职能，被科学地定义并形成一门系统的、完整的独立学科，它才有近百年的历史。

公共关系学是一门运用传播学、经济学、社会学、管理学、心理学、市场学、广告学等现代科学知识，总结现代经营管理和行政管理的经验和技巧而形成的高度综合的现代管理科学。

随着信息化、网络化社会的到来，全球经济一体化的实施，现代社会市场竞争已经使企业从传统的产品竞争、质量竞争、价格竞争，扩展为全方位的理念竞争、形象竞争、信誉竞争、品牌竞争，从而使社会组织越来越重视整体的自身形象建设，重视与公众的传播沟通。

因此，公共关系越来越显示了它的优势与作用，成为政府与企业不可缺少的高级管理技术。

<<公共关系学>>

书籍目录

前言第一章 公共关系概述 第一节 “公共关系”的基本概念 一、公共关系的定义 二、公共关系的构成要素 三、公共关系的基本特征 四、公共关系的职能 五、公共关系的三大目标 第二节 公共关系与相关概念辨析 一、公共关系与人际关系 二、公共关系与广告 三、公共关系与商业推销 四、公共关系与“拉关系” 五、公共关系与新闻传播 第三节 公共关系学的研究对象和研究范围 一、公共关系学的研究对象 二、公共关系学的研究范围 三、公共关系学的研究方法 四、公共关系学的学科特点 五、公共关系学与相关学科 阅读材料 思考题第二章 公共关系的起源与发展 第一节 公共关系的起源 一、公共关系的源流 二、公共关系产生的原因 第二节 现代公共关系的产生与发展 一、现代公共关系发展的四个阶段 二、现代公共关系特征 第三节 公共关系在中国 一、从积极引进到迅速发展 二、公共关系在中国发展的条件 第四节 公共关系的发展趋势 一、公共关系活动范围全球化 二、公共关系实施主体职业化、品牌化 三、公共关系传播渠道网络化 四、公共关系实务运作整合化 五、公共关系文化思想立体化 阅读材料 思考题第三章 公共关系的主体、机构和人员 第一节 公共关系主体 一、社会组织及其特征 二、社会组织环境 三、社会组织的划分及其关系的协调 第二节 公共关系机构 一、公共关系部 二、公共关系公司 三、公共关系社团 第三节 公共关系人员 一、公共关系人员的基本素质 二、公共关系人员的意识 三、公共关系人员的职业准则 阅读材料 思考题第四章 公共关系的客体第五章 公共关系传播第六章 公共关系调查第七章 公共关系策划第八章 公共关系的实施与评估第九章 企业公共关系第十章 政府公共关系第十一章 公共关系专题活动参考文献后记

<<公共关系学>>

章节摘录

第一章 公共关系概述 本章重点 1.公共关系概念的内涵 2.公共关系的职能与特征
3.公共关系学科研究对象、研究内容及研究方法 公共关系作为一门现代管理科学和艺术，在风靡世界近百年之后，于20世纪80年代随着改革开放的浪潮涌入中国大陆，迅即从沿海向内陆广泛地传播，在华夏大地掀起前所未有的“公共关系热”。

20多年来，公共关系作为一种管理职能、经营策略、传播行为及现代交往方式，以其独特的魅力在各类社会组织及组织各部门，在经营管理、市场营销、大众传播及社会交往等领域发挥着独特的作用，受到人们的高度重视。

有人曾把公共关系同技术、管理一起比作现代企业的三大支柱。

还有的学者把以电脑为代表的科学技术水平、以旅游业为代表的富裕生活程度、以公共关系为代表的经营管理效能，并列为衡量一个国家发达程度的三大标志。

知识经济时代的到来，为公共关系的应用与发展提供了更高、更广的平台，每一个当代大学生、每一个未来的经营管理者、社会活动者应当学习和掌握公共关系的基本理论和应用技巧。

第一节“公共关系”的基本概念 公共关系学经过几十年的发展，已经成为一门相对独立的学科。

和其他学科一样，构成这个学科的基础也是一些基本概念。

因此，要学习公共关系，就要从了解这些概念的定义内涵、特征开始。

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>