

<<公关员>>

图书基本信息

书名：<<公关员>>

13位ISBN编号：9787504555526

10位ISBN编号：7504555525

出版时间：2006-6

出版时间：中国劳动社会保障出版社

作者：郭惠民/国别：中国大陆

页数：94

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>

前言

为推动公关员职业培训和职业技能鉴定工作的开展，在公关员从业人员中推行国家职业资格证书制度，中国就业培训技术指导中心在完成《国家职业标准——公关员（2005年版）》（以下简称《标准》）制定工作的基础上，组织参加《标准》编写和审定的专家及其他有关专家，编写了《国家职业资格培训教程——公关员（师）》（以下简称《教程》）。

《教程》紧贴《标准》，内容上，力求体现“以职业活动为导向，以职业技能为核心”的指导思想，突出职业培训特色；结构上，针对公关员职业活动的领域，按照模块化的方式，分初级、中级、高级公关员和公关师、高级公关师5个级别进行编写。

《教程》的基础知识部分内容涵盖《标准》的“基本要求”；技能部分的章对应于《标准》的“职业功能”，节对应于《标准》的“工作内容”，节中阐述的内容对应于《标准》的“技能要求”和“相关知识”。

《国家职业资格培训教程——公关员（基础知识 初级）》适用于对公关员（师）各个级别的基础知识和初级公关员的培训，是职业技能鉴定的推荐辅导用书。

由于时间仓促，不足之处在所难免，欢迎读者提出宝贵意见和建议。

<<公关员>>

内容概要

《公关员(基础知识初级用于国家职业技能鉴定国家职业资格培训教程)》根据《国家职业标准——公关员(2015年版)》的要求,由中国就业培训技术指导中心按照标准、教材、题库相衔接的原则组织编写,是职业技能鉴定的推荐辅导用书。

《公关员(基础知识初级用于国家职业技能鉴定国家职业资格培训教程)》包括公关员基础知识和初级公关员两个部分,分别介绍了公关员(师)各个级别应掌握的基础知识和初级公关员应掌握的工作技能及相关知识,涉及基础理论、公共关系发展史、公共关系职业道德规范与相关法律、沟通协调、信息传播、调查与评估、公共关系活动管理等内容。

《公关员(基础知识初级用于国家职业技能鉴定国家职业资格培训教程)》适用于对公关员(师)各个级别的基础知识和初级公关员的培训,是职业技能鉴定的推荐辅导用书。

书籍目录

第一部分 基础知识第一章 基础理论第一节 公共关系的含义第二节 公共关系的构成要素第三节 公共关系的职能第四节 公共关系的工作程序第二章 公共关系发展史第一节 中国公共关系事业的发展历程第二节 中国公共关系的职业现状第三节 国外公共关系发展概况第三章 公共关系职业道德规范与相关法律第一节 公共关系职业道德规范的必要性第二节 公共关系职业道德规范的形成过程及其内容第三节 公共关系职业的法律要求思考练习题第二部分 初级公关员第四章 沟通协调第一节 接待联络第二节 演讲介绍第三节 公众关系处理思考练习题第五章 信息传播第一节 组织信息传播第二节 新闻发布思考练习题第六章 调查与评估第一节 公共关系调查的目的、意义和程序第二节 文献调查法第三节 数据统计思考练习题第七章 公共关系活动管理第一节 公共关系活动概述第二节 公共关系活动策划原则和程序第三节 公共关系活动的执行管理思考练习题参考文献

章节摘录

二、公共关系的客体——公众 公共关系的客体是指公共关系工作的对象，即社会组织内外部的相关公众。

公共关系的公众是一个特定的概念，指与特定的公共关系主体相互联系、相互作用的个体、群体或组织的总和，是公共关系传播沟通对象的总称。

作为公共关系工作的对象，公众一般具有广泛性与整体性、相关性与共同性、多样性与多维性以及确定性与变化性等特征。

不同的组织，由于性质、目标、利益、价值观念、经营理念、运作方式、环境条件的不同，必然面对不同的公众。

同时。

任何一个组织都不会仅仅只面对一方面公众。

组织要开展公共关系工作，就必须认清本组织所面临的各类公众，对公众进行科学的分类，从而根据不同类型的公众制定不同的工作策略和方法。

对于公众的分类，历来有不同的角度和不同的标准。

常见的分类方法有： 1.按照公众与组织的相对空间位置分类 可将一个组织的公众划分为内部公众和外部公众。

内部公众由组织内部成员构成。

外部公众指组织外的一切与组织发生相互影响、相互作用的公众。

2.按照公众对组织的重要程度分类 可将一个组织的公众划分为首要公众和次要公众。

首要公众是指与组织的关系最密切，对组织的生存和发展有决定性作用，能产生举足轻重的影响力的公众。

次要公众则是指对组织的生存和发展有一定影响，但不起决定性作用的公众。

3.

按照公众与组织态度的一致程度分类 可将一个组织的公众划分为顺意公众、逆意公众和边缘公众。

顺意公众是指对组织的政策和行为采取支持与赞赏态度，常常与组织协作的公众。

逆意公众是指对组织的政策和行为持不赞成、不支持甚至持反对态度的公众。

边缘公众又称中立公众、独立公众或不确定公众，它是指对组织的政策和行为持中间态度、不表态或态度不明确的公众。

4.按照组织对公众的价值分类 或者说公众对组织的吸引程度判断，可将一个组织的公众划分为受欢迎公众、不受欢迎公众和被追求公众。

受欢迎公众是指那些和组织相互吸引，能迎合组织需要并主动对组织表示兴趣和交往意向的公众。

不受欢迎公众是指违背组织的利益和意愿，对组织构成潜在或现实威胁的公众。

被追求公众是指很符合组织的利益和意愿，但对组织不感兴趣，缺乏交往意向的公众。

5.按照公众发展过程不同阶段的特点分类 可将一个组织的公众划分为非公众、潜在公众、知晓公众和行动公众。

非公众是公共关系学的特殊概念，它是指处在某组织的影响范围之内却与该组织无关，其观点、态度和行为不受该组织的影响；也不影响该组织的公众。

潜在公众是指由于潜在的公共关系问题而形成的潜伏公众或未来公众。

由于该潜在问题还未充分显露，这些公众本身还未意识到问题（或需求）的存在，所以其与组织的关系还处在潜伏状态。

知晓公众是潜在公众逻辑发展的结果，即公众已明确意识到自己面临的问题（或需求）与某个组织有关，并迫切要求与该组织发生某种联系。

行动公众是知晓公众逻辑发展的结果，在这个阶段。

由于问题（或需求）的全面显示，公众和组织的关系明朗化，公众采取行动，从而对组织构成现实的影响。

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>