

<<公共关系实务>>

图书基本信息

书名：<<公共关系实务>>

13位ISBN编号：9787561714157

10位ISBN编号：7561714157

出版时间：1998-03

出版时间：华东师范大学出版社

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>

<<公共关系实务>>

书籍目录

目录

第一章 公共关系实务是一门科学的工作艺术

第一节 公共关系实务的科学含义

- 一、公共关系实务是实践性概念
- 二、公共关系实务是一种务实的工作
- 三、公共关系实务的基本特征

第二节 公共关系实务的基本要求

- 一、实事求是，按客观规律办事
- 二、尊重公众，热心和公众服务
- 三、立足长远效益，力戒追求功利的短期行为

第三节 公共关系实务的工作艺术

- 一、遵循人的心理活动规律，科学地对公众施加心理影响
- 二、公共关系实务过程的程序性和完整性
- 三 求新、求异，创造性地运用各种公共关系

实务技巧和技能

第二章 编制公共关系实务活动计划

第一节 公共关系状态调查和实务目标的确定

- 一、调查组织的公共关系状态
- 二、确立公共关系实务目标

第二节 公共关系实务工作对象的选择和方案的确定

- 一、选择公众对象
- 二、制定公共关系实务方案

第三节 公共关系实务活动的成本预算和计划编制

- 一、公共关系实务活动的成本预算
- 二、编制公共关系实务活动的实施计划

第三章 公共关系实务活动计划的实施和效果评估

第一节 公共关系实务活动计划的实施

- 一、实施公共关系实务计划应遵循的基本要求
- 二、选择传播媒介
- 三、正确处理公众关系
- 四、采用恰当的运作模式

第二节 科学地评估公共关系实务活动的效果

- 一、评估的标准
- 二、评估的内容
- 三、评估的方法
- 四、评估结果的分析与处理
- 五、评估过程的调节机制

第四章 文化型公共关系工作的运作

第一节 文化型公共关系的作用机制与工作原则

- 一、文化对公众行为的规范机制
- 二、文化对组织形象的促进机制
- 三、文化型公共关系工作的原则

第二节 文化型公共关系工作的基本方式

<<公共关系实务>>

- 一、公共关系中的文化环境
- 二、文化型公共关系工作程式
- 三、文化型公共关系工作基本方式
- 第五章 咨询型公共关系工作的运作
- 第一节 咨询型公共关系工作的具体运用
- 一、咨询型公共关系工作的主要内容
- 二、咨询型公共关系工作的程序
- 三、咨询型公共关系工作的具体运用
- 第二节 咨询型公共关系的操作
- 一、咨询型公共关系诊断工作的内容体系
- 二、咨询型公共关系诊断工作的基本方法
- 三、咨询型公共关系诊断工作的程序
- 第三节 咨询型公共关系策划工作的具体实施
- 一、咨询型公共关系策划工作的主要内容
- 二、咨询型公共关系策划工作的一般程序
- 第六章 服务型公共关系工作的运作
- 第一节 服务型公共关系工作的价值效应
- 一、服务型公共关系工作的内在特质
- 二、服务型公共关系工作的价值效应
- 三、服务型公共关系工作的内容结构
- 四、服务型公共关系工作原则
- 第二节 服务型公共关系工作的具体运用
- 一、服务型公共关系的工作模式
- 二、服务型公共关系的基本方式
- 三、加强管理，提高公共关系服务质量
- 第七章 危机型公共关系工作的运作
- 第一节 公共关系工作中的危机意识
- 一、危机事件与组织形象
- 二、公关人员对待危机事件的基本观念
- 第二节 危机型公共关系工作程式与要求
- 一、危机型公共关系的工作程式
- 二、处理公共关系危机的策略
- 第三节 公共关系危机的处理艺术
- 一、不同原因的危机处理
- 二、处理公共关系危机的基本方式
- 三、处理公共关系危机的注意事项
- 第八章 组织形象策划
- 第一节 组织形象策划的功能
- 一、促进销售
- 二、强化管理
- 三、改善投资环境，美化城市形象
- 四、参与公益事业，推动社会进步
- 第二节 组织形象策划的过程
- 一、组织形象调查
- 二、组织形象定位
- 三、建树组织形象
- 四、组织形象总结

<<公共关系实务>>

第三节 组织形象策划的新发展 CI导入

- 一、CI是企业整体形象战略
- 二、导入CI计划的步骤
- 三、CIS战略

第九章 公共关系专题活动

第一节 公共关系专题活动的基本特点和要求

- 一、公共关系专题活动的基本特点
- 二、公共关系专题活动的基本要求

第二节 公共关系实务中的记者招待会

- 一、记者招待会的准备工作
- 二、记者招待会的会议程序
- 三、记者招待会的效果检测

第三节 公共关系实务中的展览会

- 一、展览会的特点
- 二、展览会的基本类型
- 三、展览会的组织工作
- 四、展览会的效果检测

第四节 公共关系实务中的赞助活动

- 一、赞助活动的基本类型
- 二、赞助活动的主要步骤
- 三、赞助活动的注意事项

第五节 公共关系实务中的其它专题活动

- 一、庆典活动
- 二、联谊活动
- 三、参观活动

第十章 公共关系实务的工作技巧

第一节 公共关系接待技巧

- 一、公共关系接待人员的素质要求
- 二、安排接待时间的技巧
- 三、迎接的技巧
- 四、布置接待室的技巧
- 五、交谈技巧
- 六、送客技巧

第二节 公共关系谈判技巧

- 一、公共关系谈判的策略技巧
- 二、选择谈判地点的技巧
- 三、使谈判在良好气氛中进行的技巧
- 四、解决复杂问题的技巧

第三节 公共关系的推销技巧

- 一、拟定推销计划的技巧
- 二、公共关系推销活动的宣传技巧
- 三、公共关系推销的策略技巧
- 四、推销计划的实施技巧

第四节 公共关系广告技巧

- 一、确立公共关系广告主题的技巧
- 二、公共关系广告的文字设计技巧
- 三、公共关系广告图画设计技巧

<<公共关系实务>>

四、选择公共关系广告媒体的技巧

五 公共关系广告应用色彩的设计技巧

第十一章 国外公共关系实务工作艺术的借鉴

第一节 国外公共关系实务工作艺术的基本特征

一、国外公共关系工作注重规范化、提高实务的科学性

二、国外公共关系充分利用大众传播媒介进行有效传播

三、国外公共关系工作特别注重对公众的情感投资

四、国外公共关系注重调查和预测

第二节 美国、英国、日本的公共关系实务工作艺术

一、美国的公共关系艺术

二、英国的公共关系艺术

三、日本的公共关系艺术

第三节 借鉴国外公共关系实务工作艺术的要求

一、借鉴国外公共关系工作艺术要主动灵活

二 借鉴国外公共关系工作艺术要与我国的文化背景和公共关系现状相结合

三 借鉴国外公共关系工作艺术要与我国的经济建设的特点相结合

四、借鉴国外公共关系工作艺术来发展中国公共关系艺术工作要大胆创新

五、借鉴国外公共关系工作艺术要与改革开放的时代特征相结合

附录 《公共关系学原理》自学要点和要求
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>