<<旅游公共关系原理与实务>>

图书基本信息

书名：<<旅游公共关系原理与实务>>

13位ISBN编号：9787811232431

10位ISBN编号：781123243X

出版时间：2008-4

出版单位：清华大学出版社有限公司

作者：梁冬梅 编

页数：240

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>

<<旅游公共关系原理与实务>>

前言

近年来，旅游业的发展突飞猛进，各国、各地区都把其列为发展经济的“朝阳产业”。为了在激烈的市场竞争中立于不败之地，旅游产业各部门纷纷找方法、寻策略，正可谓：“八仙过海，各显其能”。

其中，公共关系学科的作用便是首当其冲的。

公共关系集社会学、经济学、管理学、传播学、营销学等多种学科于一身，是一门应用层面广、应用价值大的新兴学科。

任何社会组织都存在于它的种种内外关系之中。

公共关系是帮助组织塑造形象、联络公众、协调关系并促进各项事业成功的一种管理工作，是一门生存与发展的艺术。

公共关系不仅能够帮助社会组织树立良好的公众形象、赢得公众的了解和支持、增进组织的活力与效应，还具有优化各行业人员的素质，培育良好的组织竞争风气，推进社会精神文明建设等作用。

因此，公共关系学科和旅游产业发展的有效结合，便兴起了一门崭新的学科——旅游公共关系学。

旅游业在该理论的指导下，不断完善经营管理，提高了自身的竞争能力。

而公共关系理论也在旅游业中得到了运用、发展和深化。

《旅游公共关系原理与实务》这本书正是立足中国旅游发展进程中所必须面对的公共关系问题，结合学科的特殊性，广泛吸收和借鉴国内外有关公共关系研究方面的著作，以公共关系研究的基本原理为理论框架，针对旅游行业自身的特点来研究旅游公共关系的实际问题，旨在对旅游行业导入公共关系原理时起到指导作用。

<<旅游公共关系原理与实务>>

内容概要

旅游公共关系是一门新兴学科。

本书重视理论与实践相结合的实用价值，力求结构合理，可操作性强。

特别是结合了我国近两年的新政策、新形势，引用了最新的例证，弥补了原有教材实例的滞后性。

本书介绍了公共关系与旅游化共关系原理的区别与联系，同时概述了二者的定义、含义、特征及发展历史。

对理论和实务问题进行了富有创新的探讨。

在密切结合我国旅游业实践的基础上，对诸多理论和实务工作中的重要问题，如旅游公共关系的三要素、主要职能、工作的原则过程、主要的专题活、旅游公共关系危机处理、旅游化共关系礼仪、CIS在旅游业中的应用等进行了深入探讨。

本书在各章还配有丰富的图表、阅读材料、阅读材料的启示、案例分析、案例分析、课常练习、情景模拟训练题等，可作为大专院校或旅游从业人员培训的教材。

<<旅游公共关系原理与实务>>

书籍目录

第1章 绪论	1.1 公共关系概述	1.1.1 公共关系的相关概念	1.1.2 公共关系的基本特征
	1.1.3 公共关系的相关界定	1.1.4 公共关系的兴起和发展	1.2 旅游公共关系概述
	1.2.1 旅游公共关系的概念	1.2.2 旅游公共关系学研究的对象和范围	1.2.3 旅游公共关系的基本特征
	1.2.4 旅游公共关系的产生与发展	1.3 公共关系旅游业	1.3.1 公共关系是旅游业发展的前提保障
	1.3.2 旅游业对公共关系的贡献	本章小结	安例分析
		课堂练习与思考	情景模拟训练题
第2章 旅游公共关系的要素	2.1 旅游公共关系主体——旅游组织	2.1.1 旅游公共关系主体的概述	2.1.2 旅游公共关系主体的工作目标
	2.1.3 旅游组织公共关系机构与人员素质要求	2.2 旅游公共关系的客体——公众	2.2.1 旅游组织的公众及其分类
	2.2.2 旅游组织的基本目标公众	2.3 旅游公共关系的手段——传播	2.3.1 旅游公共关系传播的概念与特点
	2.3.2 旅游公共关系传播方式的选择与应用	2.3.3 旅游公共关系传播的理想条件	本章小结
		安例分析	课堂练习与思考
		情景模拟训练题	第3章 旅游公共关系的主要职能
	3.1 实施双向信息交流	3.1.1 双向信息交流的意义	3.1.2 信息收集
	3.2 塑造良好的旅游组织形象	3.2.1 良好旅游组织形象的作用	3.2.2 塑造旅游组织形象的方法
	3.2.3 塑造良好旅游组织形象的原则	3.3 提供公正的咨询建议	3.3.1 咨询建议的必要性
	3.3.2 咨询建议的内容	3.3.3 咨询建议的方法	3.4 进行全方位的协调沟通
	3.4.1 协调沟通的意义	3.4.2 协调沟通的方法	3.5 坚持长期的教育引导
	3.5.1 进行重视和维护组织形象的引导教育	3.5.2 进行职业道德的引导教育	3.5.3 进行公共关系观念和知识的引导教育
	本章小结	安例分析	课堂练习与思考
		情景模拟训练题	第4章 旅游公共关系工作的原则和过程
	4.1 旅游公共关系的原则	4.1.1 以公众利益为出发点	4.1.2 以事实为基础
	4.1.3 以科学为指导		第5章 旅游公共关系专题活动
	第6章 旅游公共关系危机处理	第7章 旅游公共关系礼仪	第8章 CIS在旅游业中的应用
	第9章 综合案例分析	参考文献	

<<旅游公共关系原理与实务>>

章节摘录

第1章 绪论 1.1 公共关系概述 1.1.1 公共关系的相关概念 1.公共关系定义 公共关系简称公关，源于英文Public Relations。

Public既可翻译为“公共的”，又可翻译为“公众”，所以有的书中使用“公众关系”。

然而，目前“公共关系”的译法因已成为约定俗成而被人们所接受。

关于公共关系的定义，目前还未形成一个较为公认的统一的认识。

尽管各种表述各不相同，但这不是公共关系本身的问题。

因为不同的研究者从不同的角度来观察研究同一个事物，当然就有不同的感受和理解，由此产生的定义的表达形式也就不同了。

下面是对公共关系的发展产生过重要影响的代表性几种定义。

1) 管理职能论 国际公共关系协会认为，公共关系是一种管理职能，属于一种经常性与计划性的工作，不论公私机或组织，均通过它来保持与其相关公众的了解、同情和支持，并借助对论的估价，使本组织的政策与措施尽量与之配合，再运用有计划的大量资料，争取建设性的合作，而获得共同的利益。

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>