

<<公共关系理论与实务>>

图书基本信息

书名：<<公共关系理论与实务>>

13位ISBN编号：9787811235180

10位ISBN编号：7811235188

出版时间：2009-4

出版时间：清华大学出版社

作者：王伟娅 著

页数：355

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>

## <<公共关系理论与实务>>

### 前言

当代社会中的个人和组织为了满足各自的需要，而进入与其他人和组织的相互关系之中，越来越多的相互依存需要更加复杂的社会、政治和经济上的相互作用，使得在社会系统的各个层次上，建立和维护相互关系成为学术研究和专业实践的重要领域，也是各个组织广泛认可和接受的行为。公共关系是这样一种管理功能，它建立和维护一个组织与决定其成败的各类公众之间的互惠互利关系。

包括怎样运用传播技能，保持组织与公众之间的交流、理解，认可与合作；参与处理各种问题事件，之对组织的负面影响最小；帮助组织的管理层了解民情民意，并对此作出反应；强调组织为公众利益服务的责任；作为社会趋势的监督者，使组织与社会保持同步。

公共关系作为一门建立和保持关系的学问，是研究社会组织与其相关公众相互影响、相互协调、相互适应、相互合作，以建立和维持良好关系的规律及工作技法的科学，所以它涉及的领域相当广泛，其中包括：心理学、社会学、新闻学、大众传播学、管理学、市场营销学和人际关系学等。

在商业领域，公共关系已经成为企业运作中不可分割的一部分。因此，它是财经院校（尤其是商学院）的学生们在投身实际工作之前，必须学习的一门对其未来职业生涯非常有用的基础理论课程和相关的实务技巧。

公共关系理论与实践诞生一百多年来，为各类组织的有效管理和运作做出了杰出的贡献。西方专家与学者们的有关著作阐述了公共关系的基本原理与实践，我国专家与学者们的相关著作探索了中国公共关系理论与实践的特点，这些先进的理论与实际经验为本书的编写打下了坚实的基础。

本书充分借鉴和吸收了国内外同类教材和学术专著的最新研究成果，全面反映了公共关系管理的主要内容，在结构安排、框架设计、内容取舍、讲述方式等方面都力争有所创新和提升，以适应各个层次的教学21世纪对高素质人才的要求。

本书在对公共关系一般原理进行理论阐述的同时，介绍了公共关系管理具体可行的实际方法，理论与实务紧密结合以增强其实用性是本书的一大特点。

为了加深对公共关系理论的理解，拓宽知识面，我们在每一章节都设有阅读参考，以促进学生对公共关系前沿问题的把握。

通过对公共关系理论的阐述及结合具体的案例分析，在满足学生全面地掌握公共关系理论与实际操作技能的基础上，也更好地解决了任课教师在教学环节中容易出现的理论与现实相脱节的问题。

## <<公共关系理论与实务>>

### 内容概要

《重点大学市场营销专业核心教材：公共关系理论与实务》阐述了公共关系的一般原理、核心理论及其应用。

按照公共关系理论的逻辑关系和公共关系实践的业务流程，全书内容共分五大部分：一、对公共关系的内涵、公共关系的功能与职责、公共关系的历史沿革进行阐述；二、介绍协调组织关键公众关系的方法：组织的雇员关系、组织的媒介关系、组织的政府关系和社区关系、组织的消费者关系和投资者关系；三、讲解公共关系管理过程：界定公共关系问题、确定公共关系方案与制定公共关系计划、采取公共关系行动和实施公共关系传播、评估公共关系项目；四、从危机的防范到危机的化解讲授组织的危机管理；五、传授公共关系技能：公共关系从业者的素质、沟通技巧、社交礼仪。

作为国内系统介绍公共关系理论与实务的一本新书，《重点大学市场营销专业核心教材：公共关系理论与实务》可供大专院校相关专业的专科、本科、研究生、MBA等各个层次的师生教学使用，也可作为企业经营管理者进行公共关系培训的教材，以及那些有意提高个人公关能力与技巧的人士自修提高的参考书。

## 书籍目录

第1篇 公共关系概述第1章 认识和理解公共关系1.1 公共关系的内涵1.2 公共关系的功能与职责1.2.1 新闻宣传1.2.2 广告1.2.3 新闻业务代理1.2.4 公共事务1.2.5 问题管理1.2.6 院外游说1.2.7 投资者关系1.2.8 组织发展1.3 公共关系与市场营销的关系本章总结复习思考题第2章 公共关系的历史沿革2.1 公共关系的产生与发展2.1.1 萌芽和温床时代(1830-1917年)2.1.2 第一次世界大战和急速发展的二十年代(1917-1929年)2.1.3 罗斯福时代和第二次世界大战时期(1930-1945年)2.1.4 战后繁荣时期(1945-1965年)2.1.5 全球化信息时代(1965年至今)2.2 公共关系在中国的传播与发展本章总结复习思考题第2篇 组织与公众的关系第3章 组织与雇员的关系3.1 雇员关系的重要性3.1.1 雇员关系的含义3.1.2 雇员关系的特性及其功能3.1.3 雇员关系的重要性3.2 与雇员有效地沟通3.2.1 雇员关系的沟通3.2.2 雇员关系的协调3.3 雇员沟通的战略与战术3.3.1 雇员沟通战略3.3.2 雇员沟通战术本章总结复习思考题第4章 组织与媒体的关系4.1 媒体关系的重要性4.2 与媒体建立关系的步骤4.2.1 寻找目标媒介4.2.2 为新闻媒体采访做准备4.2.3 用广告投放争取媒体的配合4.2.4 向媒体推销组织4.2.5 写一篇吸引媒体的新闻稿4.3 建立良好媒体关系的指南4.4 与媒体一道工作的技巧4.5 建立组织的新闻发言人制度4.5.1 新闻发布的基本规范4.5.2 新闻发布的主要形式4.5.3 新闻发布时机的选择4.5.4 新闻发布的准备工作4.5.5 新闻发布地点和时间的选择本章总结复习思考题第5章 组织与政府及社区的关系5.1 组织与政府的关系5.1.1 政府对组织的重要性5.1.2 协调政府关系的基本原则5.1.3 协调政府关系的主要手段5.2 组织与社区的关系5.2.1 社区关系的重要性5.2.2 协调社区关系的主要内容5.2.3 促进社区关系发展的主要途径本章总结复习思考题第6章 组织与消费者及投资者的关系6.1 组织与消费者的关系6.1.1 建立良好的消费者关系的目的6.1.2 协调消费者关系的方法与途径6.2 组织与投资者的关系6.2.1 投资者关系的重要性6.2.2 组织的投资者类型6.2.3 投资者关系的责任和目标6.2.4 投资者沟通的基本原则6.2.5 协调投资者关系的方法本章总结复习思考题第3篇 公共关系管理过程第7章 界定公共关系问题7.1 组织形势分析7.2 公共关系调研7.2.1 公共关系调研的一般程序7.2.2 公共关系调研的方法7.2.3 公共关系调研的内容7.2.4 公共关系调研报告的撰写本章总结复习思考题第8章 制订公共关系方案8.1 公共关系方案的特征8.2 公共关系方案的基本要求8.3 公共关系方案的制订程序8.3.1 组成方案制订团队8.3.2 收集和整理制订方案所需的信息8.3.3 确立方案目标和安排活动任务8.3.4 提出方案制订的思路和基本构架8.3.5 制订公共关系活动方案8.3.6 时空选择8.3.7 预算经费8.3.8 审定方案本章总结复习思考题第9章 采取公共关系行动9.1 公共关系方案实施9.1.1 公共关系方案的实施方式9.1.2 公共关系方案实施的原则9.1.3 公共关系方案实施的步骤9.1.4 公共关系方案实施的障碍9.2 公共关系传播9.2.1 公共关系传播模式9.2.2 公共关系传播媒体9.2.3 有效的公共关系传播本章总结复习思考题第10章 评估公共关系项目10.1 公共关系项目评估的程序10.2 公共关系项目评估的层次1.2.1 准备阶段的评估1.2.2 实施阶段的评估10.2.3 活动影响阶段的评估10.3 公共关系项目评估的方法10.4 解释和运用评估结果本章总结复习思考题第4篇 危机管理第11章 危机的识别和预防11.1 危机概述11.1.1 危机的含义11.1.2 危机的特征11.1.3 危机的主要类型11.2 危机中的管理11.2.1 危机管理的特征11.2.2 危机管理的职能11.3 危机的识别和预防11.3.1 危机识别11.3.2 危机预防本章总结复习思考题第12章 危机的处理和化解12.1 危机的处理12.1.1 危机的处理程序12.1.2 危机处理的原则第5篇 公共关系技能第13章 公共关系从业者的素质和能力第14章 公共关系沟通技巧第15章 公共关系礼仪参考文献

## <<公共关系理论与实务>>

### 章节摘录

第1章 认识和理解公共关系 学习目标 通过本章的学习,你应该能够认识和理解什么是公共关系,公共关系的功能与职责,以及它是如何有助于组织和社会的。区分容易与公共关系相混淆的扭曲事实、隐藏真相、能说会道和具备八面玲珑的交际能力等错误观念。

作为一种独特的管理功能,公共关系与市场营销的联系与区别。

在当代社会中,个人和组织为了满足各自有关的要求和需要,而进入与其他人的相互关系之中。越来越多的相互依存需要更加复杂的社会、政治和经济上的相互作用,从而在社会系统的各个层次上,建立和维护相互关系就成为学术研究和专业实践的重要领域,也是各个组织广泛认可和接受的行为。

公共关系是这样一种管理功能,它建立和维护一个组织与决定其成败的各类公众之间的互惠互利关系。

公共关系理论与实务作为一门建立和保持关系的学问,研究的是社会组织与其相关的公众相互影响、相互协调、相互适应、相互合作,以建立和维持良好关系的规律及工作技法的科学,所以它涉及的领域相当广泛,其中包括:心理学、社会学、新闻学、大众传播学、管理学、市场营销学和人际关系学等。

在商业领域,公共关系已经成为公司运作中不可分割的一部分。

因此,它是财经院校(尤其是商学院)的学生在投身实际工作之前,必须学习的一门对其未来职业生涯非常有用的基础理论课程和相关的实务技巧。

.....

<<公共关系理论与实务>>

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>