

<<公共关系原理与实务>>

图书基本信息

书名：<<公共关系原理与实务>>

13位ISBN编号：9787811404609

10位ISBN编号：7811404605

出版时间：2012-2

出版时间：浙江工商大学出版社

作者：胡洪力

页数：346

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>

<<公共关系原理与实务>>

内容概要

本书着重介绍公共关系的理论、实务以及如何改善公共关系的具体手段、方法。

《公共关系原理与实务》内容主要包括绪论篇：公共关系概述，公共关系起源与发展；原理篇：公共关系功能、组织形象塑造、公共关系的主体（社会组织）、客体（公众）、公共关系传播；实务篇：公共关系调查与策划、公共关系的实施与评估、公共礼仪、公关专题活动、公关文书写作、危机公关，网络公关和国际公关等方面的内容。

纵观全书，该书是目前国内公共关系学教材中体系比较完整、实用性、操作性比较强的一本。

《公共关系原理与实务》可作为工商管理、市场营销、旅游管理等管理类专业本专科学生的教材和教师用书，也可作为公共关系从业人员及企事业单位在职人员培训及自学用书。

<<公共关系原理与实务>>

书籍目录

第一篇 绪论篇

第一章 公共关系导论

第一节 公共关系概述

第二节 公共关系的含义

第三节 公共关系学科范畴与体系

第二章 公共关系的起源与发展

第一节 公共关系产生的动因

第二节 现代公共关系的发展历程

第三节 公共关系在中国

第四节 现代公共关系的发展趋势

第二篇 原理篇

第三章 公共关系功能

第一节 传播性功能

第二节 管理性功能

第三节 直接功能

第四节 间接功能

第四章 组织形象塑造

第一节 组织形象的内涵与意义

第二节 组织形象的定位与设计

第三节 组织形象的建立与推广

第四节 CI的设计与导入

第五章 公共关系主体

第一节 社会组织

第二节 公共关系人员

第三节 公共关系组织机构

第六章 公共关系客体——公众

第一节 公众的识别与细分

第二节 公众心理与行为

第三节 内部公众

第四节 外部公众

第七章 公共关系传播

第一节 公共关系传播的含义及目标

第二节 公共关系传播的影响因素

第三节 公共关系传播的典型模式

第四节 公共关系传播的绩效评估

第三篇 实务篇

第八章 公共关系调查与策划

第一节 公共关系调查概述

第二节 公共关系调查的程序与方法

第三节 公关策划的内容和程序

第四节 公共关系策划的原则及方法

第九章 公共关系活动的实施与评估

第一节 公共关系活动的实施

第二节 公共关系评估概述

第三节 公共关系评估的程序和内容

<<公共关系原理与实务>>

- 第十章 公共关系礼仪
 - 第一节 公共关系礼仪概述
 - 第二节 日常交往礼仪
 - 第三节 公关人员的仪表、仪容、仪态
- 第十一章 公共关系文书
 - 第一节 公共关系文书概述
 - 第二节 公共关系策划书的撰写
- 第十二章 危机公关
 - 第一节 公共关系危机概述第一篇 绪论篇
- 第一篇 导论
 - 第一章 公共关系导论
 - 第一节 公共关系概述
 - 第二节 公共关系的含义
 - 第三节 公共关系学科范畴与体系
 - 第二章 公共关系的起源与发展
 - 第一节 公共关系产生的动因
 - 第二节 现代公共关系的发展历程
 - 第三节 公共关系在中国
 - 第四节 现代公共关系的发展趋势
- 第二篇 原理篇
 - 第三章 公共关系功能
 - 第一节 传播性功能
 - 第二节 管理性功能
 - 第三节 直接功能
 - 第四节 间接功能
 - 第四章 组织形象塑造
 - 第一节 组织形象的内涵与意义
 - 第二节 组织形象的定位与设计
 - 第三节 组织形象的建立与推广
 - 第四节 CI的设计与导入
 - 第五章 公共关系主体
 - 第一节 社会组织
 - 第二节 公共关系人员
 - 第三节 公共关系组织机构
 - 第六章 公共关系客体——公众
 - 第一节 公众的识别与细分
 - 第二节 公众心理与行为
 - 第三节 内部公众
 - 第四节 外部公众
 - 第七章 公共关系传播
 - 第一节 公共关系传播的含义及目标
 - 第二节 公共关系传播的影响因素
 - 第三节 公共关系传播的典型模式
 - 第四节 公共关系传播的绩效评估
- 第三篇 实务篇
 - 第八章 公共关系调查与策划
 - 第一节 公共关系调查概述
 - 第二节 公共关系调查的程序与方法

<<公共关系原理与实务>>

- 第三节 公关策划的内容和程序
- 第四节 公共关系策划的原则及方法
- 第九章 公共关系活动的实施与评估
 - 第一节 公共关系活动的实施
 - 第二节 公共关系评估概述
 - 第三节 公共关系评估的程序和内容
- 第十章 公共关系礼仪
 - 第一节 公共关系礼仪概述
 - 第二节 日常交往礼仪
 - 第三节 公关人员的仪表、仪容、仪态
- 第十一章 公共关系文书
 - 第一节 公共关系文书概述
 - 第二节 公共关系策划书的撰写
- 第十二章 危机公关
 - 第一节 公共关系危机概述
 - 第二节 危机公关的含义与特点
 - 第三节 危机公关的原则
 - 第四节 危机公关的程序
- 第十三章 公共关系专题活动
 - 第一节 新闻发布会
 - 第二节 展览活动
 - 第三节 庆典活动
 - 第四节 赞助活动
 - 第五节 公共关系广告
 - 第六节 政府公共关系
- 第十四章 网络公关
 - 第一节 网络公关概述
 - 第二节 网络公关的形式
 - 第三节 网络公关实务
- 第十五章 国际公共关系
 - 第一节 国际公共关系概述
 - 第二节 国际公共关系实务
 - 第三节 中国国际公共关系的发展
- 参考文献
 - 第二节 危机公关的含义与特点
 - 第三节 危机公关的原则
 - 第四节 危机公关的程序
- 第十三章 公共关系专题活动
 - 第一节 新闻发布会
 - 第二节 展览活动
 - 第三节 庆典活动
 - 第四节 赞助活动
 - 第五节 公共关系广告
 - 第六节 政府公共关系
- 第十四章 网络公关
 - 第一节 网络公关概述
 - 第二节 网络公关的形式

<<公共关系原理与实务>>

第三节 网络公关实务

第十五章 国际公共关系

第一节 国际公共关系概述

第二节 国际公共关系实务

第三节 中国国际公共关系的发展

参考文献

<<公共关系原理与实务>>

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>