

<<现代公共关系>>

图书基本信息

书名：<<现代公共关系>>

13位ISBN编号：9787010060484

10位ISBN编号：7010060487

出版时间：2007-2

出版时间：人民出版社

作者：李健荣

页数：351

字数：258000

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>

<<现代公共关系>>

内容概要

近几年来，随着世界经济和科学技术的发展，在世界范围内公共关系的实践与理论都有一定的发展。我们在公关学术方面博采众长，结合我国实际，真正把中华优秀传统文化的精华与现代公关理论进行有机的融合，并广泛吸收了西方先进的公关理念和高科技的操作方法，在构建中国特色的公关理论体系方面迈出了可喜的一步。

全书主要在三个层面上进行阐述：第一，着重探讨了公共关系的一系列基本理论问题，如公关概念、公关本质、公关结构、公关职能等；第二，论述了公关技能技巧的实际运用，包括各种类型的公关专题活动的策划，如公关在广告、营销、谈判中的运用，高校公关、政府公关、企业公关、绿色公关、网格公关等方面的运作实施以及典型案例的评析；第三，根据时代发展的要求，还就中国公共关系的应对发展进行了深入的具有前瞻性的探讨。

现代公关关系的生机与活力在于不断创新。

本书在集各家所长的基础上，进行了大胆的理论与实践方面的创新，因此，本书具有很强的理论性、实践性、创新性和时代性特点。

本书的出版，必将对高校公关教学质量和操作水平的提升，全面提高大学生的公关意识、公关素质与公关能力，起到积极的促进作用。

同时对中国化的公关事业的发展起到有力的推动作用。

书籍目录

第一章 绪论 第一节 公共关系的涵义 第二节 公共关系的源与流 第三节 公共关系学的科学体系 第四节 学习与研究公共关系学的现实意义第二章 公共关系的构成要素 第一节 公共关系的主体 第二节 公共关系的客体 第三节 公共关系的介体 第四节 公共关系状态第三章 公共关系的职能 第一节 公共关系的职能定位和分析 第二节 公共关系的一般职能 第三节 公共关系的具体职能第四章 公共关系的工作程序 第一节 公共关系调查 第二节 公共关系计划 第三节 公共关系计划的实施 第四节 公共关系效果的评估第五章 公共关系的策划 第一节 公共关系策划的构成 第二节 公共关系的专题活动策划 第三节 公共关系的新闻媒介策划 第四节 公共关系的组织形象策划第六章 公共关系的类型与运作 第一节 文化公共关系 第二节 网络公共关系 第三节 危机公共关系 第四节 绿色公共关系 第五节 国际公共关系第七章 部门公共关系的运作 第一节 政府公共关系的运作 第二节 企业公共关系的运作 第三节 高校公共关系的运作第八章 公共关系的应用 第一节 公共关系在接待中的应用 第二节 公共关系在广告中的应用 第三节 公共关系在营销中的应用 第四节 公共关系在谈判中的应用第九章 公共关系的机构与人员 第一节 公共关系的组织机构 第二节 公共关系人员的素质 第三节 公共关系人员的培训第十章 中国公共关系的未来与趋势 第一节 中国公共关系的时代发展要求 第二节 中国公共关系的特色 第三节 中国公共关系的发展趋势附录参考文献后记

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>