第一图书网, tushu007.com

<<公共关系学>>

图书基本信息

书名：<<公共关系学>>

13位ISBN编号：9787040289633

10位ISBN编号：7040289636

出版时间：2010-3

出版时间：高等教育出版社

作者：李道平

页数：432

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

内容概要

《高等学校管理类专业课程教材：公共关系学》是面向高等院校推出的公共关系学教材。
内容包括：公共关系的基本理论，公共关系的产生与发展，公共关系主体、机构及人员，公共关系客体，公共关系的三大目标，社会组织的形象塑造，公共关系媒介与沟通管理，社会组织与公众的协调，公共关系调查、策划、实施、评估等。
《高等学校管理类专业课程教材：公共关系学》可供各类高校、党校、行政学院、经济与管理学院作为教材使用，也适合广大读者自学。

作者简介

李道平，安徽出版集团编审，中国国际公共关系协会学术委员会顾问、中国公共关系协会专家委员会副主任、劳动部国家职业资格工作委员会公共关系专业委员会委员、人事部中国高级公务员培训中心政府公共关系专家委员会委员。
1986年开始研究公共关系学并编辑公共关系类图书，理论上将“社会组织与公众协调”作为公共关系学的核心概念，是公共关系“协调学派”倡导者，有《公共关系协调原理与实务》、《公共关系策划》等著作出版，其组织编辑的大学教材《公共关系学》、《公共关系案例》多次被评为“全国优秀畅销书”，在全国有广泛影响。

书籍目录

第一章　公共关系的基本理论第一节　公共关系的含义第二节　公共关系的构造要素、形成原因与条件第三节　公共关系的基本属性第四节　公共关系的功能与地位第五节　公其关系学的范畴与体系第二章　公共关系的产生与发展第一节　公共关系的起源第二节　现代公共关系的发展与特征第三节　公共关系在中国第四节　公共关系的发展趋势第三章　公共关系主体、机构及人员第一节　公共关系主体第二节　公共关系机构第三节　公共关系人员第四节　公共关系礼仪第五节　公共关系职业道德第四章　公共关系客体第一节　公众的含义和特征第二节　公众的分类第三节　公共关系工作主要对象第五章　公共关系的三大目标第一节　三大目标的内涵第二节　确定三大目标的意义第三节　三大日标的分解与量化确定第六章　社会组织的形象塑造第一节　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　组织形象的巩固与矫正第七章　公共关系媒介与沟通管理第一节　口头传播媒介第二节　视觉传播媒介第三节　组织外部的大众传播媒介第四节　组织设置的公众传播媒介第五节　网络传播媒介第六节　活动与媒介事件第七节　传播与传播方式第八节　公共关系的言语传播第九节　公共关系新闻传播第十节　公共关系广告传播第十一节　整合传播管理第八章　社会组织与公众的协调第一节　公共关系协调概述第二节　组织内部公共关系的协调第三节　组织外部公共关系的协调第四节　不同社会组织的公共关系协调第五节　危机处理第九章　公共关系调查第一节　公共关系调查的含义、地位和作用第二节　公共关系调查的内容范围第三节　公共关系调查的一般程序第四节　公共关系调查的基本方法第十章　公共关系策划第一节　公共关系策划的作用和原则第二节　公共关系策划的基本要素第三节　公共关系策划的创意技法第四节　公共关系策划方案的价值与构成第十一章　公共关系实施第一节　公共关系实施的特点与原则第二节　公共关系实施的方案设计第三节　公共关系实施的准备第四节　公共关系实施管理方法第十二章　公共关系评估第一节　公共关系评估的含义及其作用第二节　公共关系评估人与评估标准第三节　公共关系评估的程序、步骤与内容第四节　公共关系评估报告参考文献高等学校管理类专业主要课程教材

第一图书网, tushu007.com

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