

<<公共关系学>>

图书基本信息

书名：<<公共关系学>>

13位ISBN编号：9787040308471

10位ISBN编号：7040308479

出版时间：2010-11

出版时间：高等教育出版社

作者：杜岩，黄淑玲 主编

页数：305

字数：370000

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>

## &lt;&lt;公共关系学&gt;&gt;

## 前言

20世纪初公共关系职业诞生，20世纪20年代初公共关系学作为一门课程进入大学校园，20世纪80年代初公共关系传入我国内地。

目前，公共关系作为一门适应经济全球化发展、倡导新的经营理念和管理艺术的综合性、应用性的学科，作为一门沟通与协调公众关系、塑造组织形象的管理科学，作为一门构建友谊与广结人缘的管理艺术，已经成为当今社会政治、经济、文化发展的重要组成部分。

公共关系学在理论上的指导原则已经被越来越多的社会组织所接纳。

在现代社会中，没有公共关系能力的组织不可能赢得社会公众的信赖从而取得市场竞争的主动权，没有公共关系意识的组织不可能成为优秀的组织。

公共关系学在现代社会发展中承担着推动社会进步，塑造组织形象，服务物质文明、精神文明和政治文明建设的历史重任。

为了适应经济社会发展对人才的需求，全国各高校相继开设了公共关系学课程，许多学校设立了公共关系学专业，有的高校设立了公共关系硕士生和博士生的研究方向。

公共关系教育不仅有利于培养学生的思想素质，还有利于完善学生的知识结构，更有利于培养学生的就业能力和创业能力。

在许多高校，公共关系学专业和公共关系学课程被评为最受欢迎的专业和课程之一。

随着高校公共关系学教学的普及和深入，有关公共关系方面的教材林林总总，但是，能够全面系统介绍公共关系基本理论，并在此基础上突出理论与实践的结合，注重实践应用性、教与学互动性的教材却不多见。

为此，本书的编写团队在参阅大量国内外相关资料，吸收最新教学、研究成果及实践经验的基础上编写了这本《公共关系学》教材。

本书的特色之一是基本理论体系清楚、内容简明扼要，不仅全面系统地概括了公共关系学的基本理论，而且吸收了一些最新和前沿的理论。

本书的特色之二是注重实践应用性，收集了大量经典的案例，在课后练习中配有案例讨论，而且自始至终贯穿着一种公关理念与公关意识，注重培养学生的实践应用能力，努力开拓学生的思维，提升学生的就业能力和工作能力。

本书的特色之三是教与学的互动性，每章伊始配有引例启发学生思考，部分章节中配有相关案例分析，每章后有案例讨论，以激发学生兴趣，调动学生参与的积极性。

## <<公共关系学>>

### 内容概要

本书的特色之一是基本理论体系清楚、内容简明扼要，不仅全面系统地概括了公共关系学的基本理论，而且吸收了一些最新和前沿的理论。

本书的特色之二是注重实践应用性，收集了大量经典的案例，在课后练习中配有案例讨论，而且自始至终贯穿着一种公关理念与公关意识，注重培养学生的实践应用能力，努力开拓学生的思维，提升学生的就业能力和工作能力。

本书的特色之三是教与学的互动性，每章伊始配有引例启发学生思考，部分章节中配有相关案例分析，每章后有案例讨论，以激发学生兴趣，调动学生参与的积极性。

## <<公共关系学>>

### 作者简介

杜岩，硕士研究生（MBA）导师，管理学博士。

现担任山东经济学院工商管理学院副院长、副教授，兼任山东省政协特约信息员、山东省青联委员等

。主要研究领域为市场营销、公共关系和危机管理等，具有多年从事市场营销学、公共关系学的本科与研究生教学的经验，以及企业市场营销、

## &lt;&lt;公共关系学&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 公共关系概述 第一节 公共关系的含义和结构 第二节 公共关系学的研究对象和基本范畴 第三节 公共关系的基本原则 第四节 公共关系学与相关学科 第二章 公共关系的发展 第一节 中外古代准公共关系 第二节 现代公共关系的产生与发展 第三节 中国当代的公共关系 第三章 公共关系的基本职能 第一节 塑造形象职能 第二节 沟通信息职能 第三节 协调关系职能 第四节 咨询建议职能 第五节 危机管理职能 第四章 公共关系组织机构 第一节 公共关系部门 第二节 公共关系公司 第五章 公共关系人员 第一节 公共关系人员的基本素质 第二节 公共关系人员的培养 第三节 公共关系人员的考评 第四节 公共关系人员的准则 第六章 公共关系对象 第一节 公众的含义与分类 第二节 组织内部公共关系 第三节 组织外部公共关系 第七章 公共关系传播 第一节 传播的基本理论 第二节 公共关系传播的含义和种类 第三节 公共关系传播的模式和步骤 第四节 公共关系传播媒介 第八章 公共关系调查 第一节 公共关系调查概述 第二节 公共关系调查的内容 第三节 公共关系调查的一般程序与基本方法 第四节 公共关系调查问卷的设计 第九章 公共关系策划 第一节 公共关系策划的内涵、原则与分类 第二节 公共关系策划的要素、方法与文案写作 第三节 公共关系策划的流程 第十章 公共关系实施与评估 第一节 公共关系实施 第二节 公共关系评估 第十一章 公共关系专题活动 第一节 公共关系专题活动概述 第二节 组织庆典活动 第三节 组织展览活动 第四节 公益赞助活动 第五节 新闻发布会活动 第六节 开放参观活动 第七节 公关营销活动 第十二章 公共关系文书 第一节 公共关系文书概述 第二节 沟通协调性公关文书 第三节 信息传播性公关文书 第四节 事务性公关文书 第十三章 公共关系危机管理 第一节 公共关系危机概述 第二节 公共关系危机管理的基本问题 第三节 公共关系危机管理的策略 第十四章 公共关系礼仪 第一节 公共关系礼仪概述 第二节 公共关系礼仪实务 参考文献

## 章节摘录

(三) 政治环境由民主政治取代封建专制 民主政治取代封建专制是现代公共关系产生与发展的政治条件。

从封建社会进入资本主义社会是人类社会民主化进程中一个重要的里程碑。

资产阶级民主政治固然有其虚伪性和欺骗性的一面，但它相对于封建专制社会来说却是一次深刻的社会进步。

因为在封建专制统治下，君主是当然的统治者，以血缘关系为基础的封建宗法关系成为人们政治生活中起主导作用的支配关系。

老百姓只有任人宰割的权利，根本谈不上与统治者建立一种平等互利的公共关系。

资产阶级为了发展资本主义经济，需要政治上的平等和民主，才能为发展资本主义经济扫清道路。

资产阶级利用民众的力量推翻了封建专制，实行资产阶级专政来保护资产阶级经济上的利益。

但经过法国大革命的洗礼，经受了美国独立战争血与火的考验，平等与民主的观念不但深入人心，而且写进了宪法和法律。

资产阶级民主政治规定政府的合法性奠定在公民认可的基础之上，从而迫使统治者不得不注重自己的施政方针被公众信任和支持的程度，改善与公众的关系。

为此，政府和社会组织就必须及时了解舆情民意，根据民意来制定和调整自己的内外政策，并通过各种传播媒介向公众宣传解释政策，以争取公众的理解与支持。

(四) 科学技术在传播手段和通信技术方面实现了现代化 传播手段和通信技术的进步是现代公共关系产生与发展的物质技术条件。

20世纪初，科学技术有了长足的进步，尤其是交通工具和传播手段的现代化，为现代公共关系的产生和进一步发展提供了物质技术保障。

在生产力较低的农业社会，生产规模极其狭小，人们几乎处在一种封闭、半封闭的与世隔绝的自然状态之中，由于落后的自然经济本质上不要求进行广泛的人与人之间的相互沟通与联系，加上当时还要受到落后的交通工具与信息传播手段的限制，人们没有也不可能发生广泛而深刻的社会联系和交往。

而在工业社会中，商品经济日益发达，科学技术日新月异，从而促进了运输和信息传播手段的飞速发展，从火车、汽车、飞机、人造卫星的出现到电报、电话、广播、电视以及光导通信的相继推广和应用，使得人们相互之间更加广泛而深刻的社会交往不仅变得迫切和必要，而且也具有现实的可能性。

于是，人们终于发现，运用现代化的传播手段，通过对内协调、对外宣传扩大本组织或企业的社会影响，提高组织的知名度和美誉度，完善组织在公众心目中的形象，为企业和组织的生存与发展创造良好的舆论环境和社会环境，对一个社会组织获得巨大发展极为有益。

.....

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>