

<<公共关系学>>

图书基本信息

书名：<<公共关系学>>

13位ISBN编号：9787111369745

10位ISBN编号：7111369742

出版时间：2012-2

出版时间：机械工业出版社

作者：刘军 等主编

页数：270

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>

<<公共关系学>>

内容概要

公共关系学是一门实践性很强的综合性学科，涉及管理学、消费心理学、广告学、传播学、语言学、市场营销学等一系列学科。

本书注重将这几门学科融会贯通，更好地体现完整的知识体系。

本书在第1版的基础上进行了补充、更新和修订，系统地介绍了公共关系的相关理论和实践艺术，并突出公共关系中的重要内容和新内容，如危机管理和网络公共关系。

书可作为管理类各本科专业的教材，也可作为企业管理人员的培训教材，同时也是其他专业人员自学管理艺术、提高自身素质的一本好书。

<<公共关系学>>

书籍目录

第一章 绪论

- 第一节 公共关系的含义
- 第二节 公共关系的要素、特征与形成条件
- 第三节 公共关系的产生和发展
- 第四节 公共关系在中国
- 第五节 公共关系学的范畴

第二章 公共关系的职能与原则

- 第一节 公共关系的职能
- 第二节 公共关系的原则

第三章 公共关系主体

- 第一节 公共关系的主体
- 第二节 社会组织概述
- 第三节 公共关系机构
- 第四节 公共关系人员

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 公众心理定势分析
- 第四节 公众关系处理

第五章 公共关系传播

- 第一节 传播的基本原理
- 第二节 公共关系传播媒介
- 第三节 创造有效公共关系传播的条件
- 第四节 公共关系传播技巧——媒介计划与发布

第六章 公共关系工作程序

- 第一节 公共关系调查
- 第二节 公共关系策划
- 第三节 公共关系计划的实施
- 第四节 公共关系评估

第七章 公共关系文书写作

- 第一节 常规性文书写作
- 第二节 传播性文书写作
- 第三节 调查咨询性文书写作
- 第四节 公共关系策划书

第八章 公共关系专题活动

- 第一节 会议活动
- 第二节 专项活动
- 第三节 新闻宣传活动
- 第四节 接待活动
- 第五节 公共关系谈判
- 第六节 公共关系广告

第九章 公共关系危机管理

- 第一节 公共关系危机概述
- 第二节 危机处理
- 第三节 危机管理

<<公共关系学>>

- 第四节 网络危机公关
- 第十章 社会组织形象的塑造
 - 第一节 组织形象概述
 - 第二节 CIS战略
 - 第三节 CS战略
 - 第四节 名牌战略
 - 第五节 组织形象的评价
- 第十一章 网络公关
 - 第一节 什么是网络公关
 - 第二节 网络公关的产生
 - 第三节 网络公关三要素的变化
 - 第四节 网络公关包含的四个层面
 - 第五节 网络公关的应用
- 第十二章 公共关系语言艺术
 - 第一节 公共关系语言的一般要求
 - 第二节 公关界域语言
 - 第三节 体态语言
 - 第四节 服饰语言
 - 第五节 公关礼貌语言
 - 第六节 跨文化的公关语言
- 参考文献

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>