

<<实用公共关系学>>

图书基本信息

书名：<<实用公共关系学>>

13位ISBN编号：9787301052174

10位ISBN编号：7301052170

出版时间：2001-1

出版时间：北京大学出版社

作者：肖辉 编

页数：372

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>

## <<实用公共关系学>>

### 内容概要

2001年7月13日晚，北京沸腾了！  
中国人民喜笑颜开，全球华人心花怒放！  
在北京坚定地走过既充满艰辛，也充满希望的八年申奥路之后，终于获得了2008年奥运会的主办权！  
这是中国人民的一大胜利，也是北京市在国际公共关系方面取得的巨大成功！  
大到申办奥运，小到商店开张，都需要处理好公共关系。  
这说明，公共关系是一种客观存在，人们在社会生活中会遇到各种公共关系方面的问题。  
公共关系学正是这样一种帮助人们正确处理公关问题的学问。  
虽然现代公共关系学诞生至今还不足百年，但伴随近百年来人类社会的迅猛发展，公共关系学也发展得很快。  
由于公共关系学既是一门管理科学，又是一门行为艺术，因而越来越受到人们的重视。  
人们学习公共关系学，运用公共关系学于社会实践的自觉性也越来越高。  
随着知识经济时代的到来，公共关系事业必将更加蓬勃地发展，公共关系学的理论体系也将更加完善。

本书是一部公共关系学的新著。  
虽然该书与其他公关学著作一样，把公共关系学的理论与公共关系实务的知识分为两大板块进行阐述，但该书也有其自身的特点，那就是尽可能反映公共关系学研究与公关实践的最新动态，并且尽可能地把阐述公关学的理论与分析公关实践的案例有机地结合起来。  
参与本书编撰工作的既有来自江西省的作者，也有来自北京市的作者。  
他们中既有多年从事公共关系学教学与研究并躬身公关实践的大学教师，也有多年从事高等教育管理的专家。  
因此，本书是集体智慧的结晶。  
当然，在本书的编撰过程中，作者也参考并借鉴了国内外一些专家学者在公关学方面的研究成果，并引用了部分公关案例资料。  
谨此说明，并向有关专家学者致以谢忱！  
令作者们感到十分荣幸的是，本书的出版得到了北京大学出版社的大力支持。  
借此机会，谨向北大出版社表示衷心的感谢！

<<实用公共关系学>>

书籍目录

前言第一章 公共关系概述第一节 公共关系的基本涵义第二节 公共关系的学科范畴第三节 公共关系的基本特征第四节 公共关系的历史与现状第二章 公共关系运作主体--社会组织第一节 社会组织的涵义与分类第二节 公共关系组织机构第三节 公共关系从业人员第三章 公共关系运作客体--社会公众第一节 社会公众的涵义、特点和分类第二节 主要公众关系第三节 公众心理分析第四章 公共关系运作手段--信息传播第一节 传播的基本原理第二节 公共关系传播第三节 公共关系的传播技巧第五章 公共关系运作目的--塑造组织形象第一节 组织形象概述第二节 组织形象塑造第三节 组织修炼第六章 公共关系的职能和原则第一节 公共关系的职能第二节 公共关系的原则第七章 公共关系运作程序(上)第一节 公共关系调查第二节 公共关系策划第八章 公共关系运作程序(下)第一节 公共关系实施第二节 公共关系评估第九章 人际沟通技巧第一节 吸引第二节 人际沟通第三节 影响人际沟通的因素及障碍排除第十章 公关言语技巧第一节 公关语言概述第二节 公关口语表达技巧第三节 公关书面语表达技巧第十一章 公关礼仪第一节 公关礼仪概述第二节 公关人员的仪表美第三节 公关人员的仪容美第四节 公关人员的仪态美第五节 公关礼仪基本规范第十二章 公关专题活动第一节 新闻发布会第二节 庆典活动第三节 展览会第四节 赞助活动第五节 开放参观活动后记

## &lt;&lt;实用公共关系学&gt;&gt;

## 章节摘录

公共关系从业人员的心理素质要求是由公共关系工作的特殊性决定的，主要反映为四个方面：

## 1. 兴趣广泛。

兴趣是最好的老师，是人们力求认知某种事物或爱好某种活动的倾向。

趣越广，求知欲越旺盛，思想也越活跃，处理问题的能力就越强。

公共关系工作涉及面广，所接触的各类公众有着不同的文化背景，所组织的公关活动有着千差万别的内容。

如果公关人员不具备广泛的兴趣，不了解不同区域的文化差异，就很难发现公众的关注热点，产生不了共同语言，难以与公众达成共识，因而也就实现不了与公众的情感沟通。

曾有人说，公共关系是通才的事业。

通才是现代社会对人才的需求趋势，而广泛的兴趣则是走向通才的必由之路。

公关人员应根据自身积累和职业需要，广泛吸收新知识、新信息，不断增长才干，把自己培养成公共关系各种实务的多面手。

## 2. 性格开朗。

性格是个体对现实稳定的态度和习惯化了的行为方式。

人的性格是在社会生活环境的作用下形成的，并且能够在实践活动中重建。

为了适应公关工作的需要，公关人员应当在自己的性格重建中保持和发扬开朗、热情、勤奋、坚韧等优良品质。

一般来说，性格可分为外向型和内向型两种。

外向型性格的人，心理活动倾向于外露，对周围环境怀有浓厚兴趣，表现为开朗、活泼、善于交际。

内向型性格的人，心理活动倾向于隐晦，不容易为外人所察觉，表现为沉静、缓慢、孤僻、适应能力较差。

由于公关人员要经常性地与组织内外各类公众交往，即使是偏重研究咨询的公关人员，也要求有一个比较广泛的联系网络。

多数学者认为，外向型性格有助于人际间的沟通和信息交流，因而更适合从事公关工作。

如前所说，性格并不是一成不变的，它可以在实践中不断重塑，性格内向的人，只要他努力克服迟缓、孤僻等不适于公关活动的因素，也同样能较好地胜任公关工作。

而性格外向的人，如果他放任自己的举止，大大咧咧，好表现，好为人师，同样与公共关系无缘。

## 3. 情绪乐观。

公共关系工作是社会性极强的工作，要求公关人员有干劲、有热情，遇到困难不妥协、不泄气。

特别是当组织面临突发事件，公关人员更应该情绪饱满，态度从容，切忌在公众面前流露出畏惧、惊恐和败落的神情。

公关人员如果能够始终在工作中保持稳定、乐观的情绪，不仅可以提高自身的工作效率，而且还能感染公众的情绪，使公众感到亲切、可信，精神愉快。

显然，这样的情绪状况对建立互信互惠的双边关系是极为有利的。

## 4. 意志坚强。

海明威著名小说《老人与海》的主人公有一句名言：你可以战胜他，但你永远打不垮他。

“打不垮”的不是指人的躯体，而是指人的意志。

意志是自觉地确定目的，并根据目的去支配、调节行动，克服各种困难，实现预定目的的心理过程。

现代竞争的激烈演进，把企业推到了不进则退的经济洪流中。

公关人员肩负着优化组织生存环境，帮助组织克服自身弱点，抵御外界压力冲击的使命。

只有具备坚强的意志，才能以充沛的精力去战胜困难，排除险情。

那些经营成功的企业，都是凭着一股百折不挠的勇气，坚韧不拔的毅力开辟出求生道路的。

作为一名公关人员，如果立志无常，遇难变向，便无法取得工作成效。

## &lt;&lt;实用公共关系学&gt;&gt;

(四)生理素质 公共关系职业虽然不要求从业者要有运动员的体格、演员的容貌、外交家的风度、学者的记忆,但由于公关人员必须经常出入社交场合,甚至在许多正式场合代表组织最高领导同外界交往,如接待国际友人的来访,接受新闻记者的采访,与客户谈判等等。

因此,公共关系还对其从业人员的体型、仪表、容貌、风度及记忆、思维、反应等生理素质有一定要求。

研究表明,适中的体型、端庄的仪表、得体的举止、健康的体格,在公关交往中能增加交往魅力,吸引公众注意,并激发公众好感,给公众留下良好的第一印象。

有了良好的第一印象,也就为组织进一步开展公关活动提供了有利的基础。

为了加深与公众的友好联络,公关人员除了应该具有上述外在生理条件外,还应有旺盛的精力,清醒的头脑,敏捷的思维和准确的记忆。

这些内隐的生理条件有助于公关人员有效地捕捉信息、融通感情、审时度势、把握良机。

拿破仑对在检阅中询问过的士兵,事隔多年仍能准确无误地说出那些士兵的姓名与爱好,这一非凡的记忆力为拿破仑的形象增添了一道耀眼的光环,极大地强化了他的领袖风采,在激励斗志、鼓舞士气方面起到了巨大作用。

二、公关从业人员的基本能力 良好的素质,最终还必须通过综合、具体的实践与锻炼,才能形成实际工作能力。

公共关系要求是通才与专才的结合,在现实生活中,每个人的能力都是有限的。

作为公关人员,我们认为必须具备以下几种基本能力。

(一)组织能力 公关人员的组织能力主要表现为在落实和实施公共关系计划过程中,有效地排除可控因素的干扰,最大限度地保证公关方案实施的指挥与控制能力。

公关工作过程中的信息传递、资料整理、编辑出版,以及各种纪念会、庆典、记者招待会、展览等,都需要周密的策划和精心的组织。

如果公关人员要安排一次联谊活动,至少须做好五项工作:一是选择联谊对象,及时向其发送联谊信息;二是联谊现场安排,包括选择场所、布置现场、准备茶水食点、安排联谊节目等;三是确定工作人员,明确各自分工,层层落实责任;四是经费预算,包括场地租金、现场布置材料费、茶水食点费、纪念品采购、交通费、请帖信函及邮资等;五是预防意外,如音响失效、停电、食物中毒、纪念品不够、交通障碍等等。

如果有必要,公关人员还可以将联谊会的情况整理成小消息,向新闻媒介投送发布。

组织能力强的公关人员总是能把纷繁复杂的活动安排得有条不紊。

(二)表达能力 表达能力是组织能力及其他能力的直接实现工具。

公共人员的表达能力主要包括口头表达能力、书面表达能力和形体表达能力等几方面。

口头表达要求公关人员做到:一是言能尽意,能准确地将自己的思想告知对方;二是口齿清楚,声音动听,感染力强,能引起公众注意;三是现场控制,能应付来自各方面的提问,机智幽默,巧妙答话,驾驭谈话方向,营造良好的交谈氛围。

书面表达要求公关人员能写作各种应用文稿,如公文、柬帖、楹联、消息、通讯、人物特写、报告文学、公关广告、演讲稿、各种合同文书等。

特别是新闻稿件的写作,是公关人员必备的基本功,许多公关专家在列举公关从业人员的工作内容时,都把撰写高质量的新闻稿件放在首位。

形体表达要求公关人员能够根据不同的场合与目的,运用手势、表情、姿势、发型、着装来传达那些口头和书面难以或不便表达的信息。

举止端庄、表情自然、言行礼貌、服饰得体的公关人员,即使他不说一句话,公众仍能从他的形体表现中获得许多的信息。

(三)社交能力 公关人员是组织对外关系的外交家。

由于他们经常参加社交活动,负责接待工作,社交能力对公关人员维护组织形象是极为重要的。

社交能力主要表现在三方面: 1. 审美能力。

公关人员要有对自身形象的审美评价和选择能力。

当公关人员仪表堂堂、容光焕发地在公众面前亮相时,能激发公众与之交流的愿望,从而引发对其所

<<实用公共关系学>>

属组织兴旺发达的联想。

公众透过公关人员的个人形象，看到的是组织的良好形象。

.....

<<实用公共关系学>>

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>