

<<公共关系与现代礼仪>>

图书基本信息

书名：<<公共关系与现代礼仪>>

13位ISBN编号：9787302095910

10位ISBN编号：7302095914

出版时间：2004-1

出版时间：清华大学出版社

作者：宋常桐 编

页数：250

字数：409000

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>

<<公共关系与现代礼仪>>

内容概要

全书主要包括：公共关系的基本概念、基本知识、基本功职能、公共关系广告、专题活动与传播方式，公共关系的调查、策划与技巧，以及现代礼仪与商务活动礼仪、会务与仪式礼仪、办公室礼仪等，附录中附有公共关系人员的职业准则、公共关系人员资格考试介绍，以及公共关系经典案例等。

本书语言简洁、深入浅出、知识系统、理论适中，强调结合社会实践中的行业特点和实际应用，注重实践能力的培养。

本书可作为高职高专经济管理类、广告艺术类、市场营销类、工商与行政管理类专业学生的教材，也可以作为培训教材使用。

<<公共关系与现代礼仪>>

书籍目录

第一章 公共关系概述 第一节 公共关系的概念与原则 一、公共关系的概念 二、公共关系的目的 三、公共关系的原则 第二节 公共关系的基本构成要素 一、社会组织 二、社会公众 三、传播与沟通 第三节 公共关系的活动类型 一、建设型公共关系 二、维系型公共关系 三、矫正型公共关系 四、进攻型公共关系 五、宣传型公共关系 六、交际型公共关系 七、服务型公共关系 八、社会型公共关系 九、防御型公共关系 十、征询型公共关系 思考题 第二章 公共关系的产生与发展 第一节 早期的公共关系思想与活动 一、外国早期的公共关系思想与活 二、中国早期的公共关系思想与活动 第二节 现代公共关系的产生与发展 一、现代公共关系的起源与发展 二、现代公共关系产生与发展的社会历史条件 三、现代公共关系发展的基本趋势 第三节 公共关系在中国 一、公共关系在中国的传播与发展 二、中国公共关系前瞻 思考题 第三章 公共关系的主体 第一节 社会组织 一、社会组织的特征 二、社会组织的分类 第二节 公共关系机构 一、公共关系部 二、公共关系公司 三、公共关系社会团体 第三节 公共关系人员 一、公共关系人员的素质 二、公共关系人员的职业道德 思考题 第四章 公共关系的客体 第一节 公众的概念与分类 一、公众的概念 二、公众的基本特征 三、公众的分类 第二节 公共关系中几类重要目标公众 一、内部公众 二、顾客公众 第五章 公共关系的传播沟通方式第六章 公共关系的作用与职能第七章 公共关系专题活动第八章 公共关系调查第九章 公共关系策划与技巧第十章 公共关系广告第十一章 礼仪概述第十二章 仪表仪容与仪态服饰第十三章 商务接待与洽谈礼仪第十四章 商务会务与仪式礼仪第十五章 办公室礼仪附录

<<公共关系与现代礼仪>>

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>