

<<公共关系原理与实务>>

图书基本信息

书名：<<公共关系原理与实务>>

13位ISBN编号：9787512106475

10位ISBN编号：7512106475

出版时间：2011-8

出版时间：北京交通大学出版社

作者：潘彦维

页数：168

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>

<<公共关系原理与实务>>

内容概要

《全国高职高专教育精品规划教材：公共关系原理与实务》共分两个单元。

第一单元是公共关系理论基础构建，包含三个项目：搜寻公共关系内涵——从概念到发展历程；把握公共关系活动运行的重要要素；洞悉公共关系的管理过程。

第二单元是公关实践与发现，包含四个项目：把握公关成功的钥匙——先进的策划；追寻公关的终极目标——良好的组织形象；积累公关业务技能——良好的人际沟通与礼仪；学会在危机中走向成熟——有效的危机公关。

《全国高职高专教育精品规划教材：公共关系原理与实务》可作为高职高专院校或成人教育学院的教学用书，亦可作为从事公共关系学研究人员的参考用书。

<<公共关系原理与实务>>

书籍目录

第一单元 公共关系理论基础构建项目一 搜寻公共关系内涵——从概念到发展历程任务一 了解公共关系的概念和特征一、公共关系的概念二、公共关系的基本特征任务二 了解公共关系的职能和作用一、公共关系的职能一、公共关系的功能任务三 了解公共关系的产生和发展一、现代公共关系的产生与发展二、公共关系在我国的发展项目二 把握公共关系活动运行的重要要素——从公关主客体到公关传播任务一 了解公共关系的主体——社会组织一、社会组织的含义及分类二、公共关系的组织机构任务二 了解公共关系的客体——公众一、公众概述二、内部公共关系的处理三、外部公共关系的处理四、公众心理定势分析任务三 了解主体作用于客体的手段——沟通与传播一、公共关系传播的含义二、公共关系传播的基本要素三、公共关系传播的媒介四、公共关系传播媒介的选择五、公共关系传播的方法与技巧项目三 洞悉公共关系的管理过程任务一 公共关系调查一、公关调查的内容二、调查的主要方法任务二 公共关系策划一、公共关系策划的含义和原则二、公共关系策划的意义三、公关策划的程序四、策划可借鉴的公关活动模式任务三 公共关系实施一、公关方案实施的意义二、公关方案的有效实施任务四 公共关系评估一、公共关系评估的意义和目的二、公关效果评估的内容三、公关效果评估的方法第二单元 公关实践与发现项目四 把握公关成功的钥匙——先进的策划任务一 专题活动策划一、公共关系专题活动的含义和特征二、公共关系专题活动的类型及组织技巧任务二 新闻策划一、公共关系新闻策划的含义及其原则二、公共关系新闻策划的方法和技巧任务三 广告策划一、公共关系广告及其策划二、公共关系广告类别三、公共关系广告策划的原则四、公共关系广告策划的技巧项目五 追寻公关的终极目标——良好的组织形象任务一 组织形象分析一、组织形象的界定及构成二、组织形象分析三、组织形象塑造的效能任务二 组织形象设计一、组织形象设计的内涵二、组织形象设计的步骤任务三 CIS战略一、CIS战略概述二、CIS战略的实施三、CIS战略的核心项目六 积累公关业务技能——良好的人际沟通与礼仪任务一 公关人际沟通一、人际沟通的概念二、人际沟通的技巧任务二 公关礼仪一、日常礼仪二、校园礼仪三、求职礼仪：项目七 学会在危机中走向成熟——有效的危机公关任务一 理解公共关系危机内涵一、公共关系危机的概念及特点二、公共关系危机的类型任务二 掌握危机公关处理的原则、措施一、公共关系危机处理的意义二、公共关系危机处理的基本原则三、公共关系危机处理的措施任务三 公关危机预防一、树立危机意识，强化内部制度建设二、建立危机管理预警系统三、强化公关，加强沟通参考文献

<<公共关系原理与实务>>

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>