

<<公共关系实务与礼仪>>

图书基本信息

书名：<<公共关系实务与礼仪>>

13位ISBN编号：9787561143117

10位ISBN编号：7561143117

出版时间：2008-7

出版时间：大连理工大学出版社

作者：刘春斌 主编

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>

<<公共关系实务与礼仪>>

内容概要

20世纪80年代以来,公共关系在中国有了长足的发展,公共关系在组织形象塑造与传播、协调公众关系等方面发挥着越来越重要的作用,它已经被广泛地运用于各行各业、各个领域,大到国际竞争、总统竞选,小到一个组织的一言一行,服务员的一颦一笑,都与公共关系紧密相连。

公共关系实务与礼仪是一门实践性、应用性很强的课程。

通过本课程的学习,不仅能使学生理解、掌握公共关系的基本理论和专业知识,而且能帮助学生运用公共关系知识去发现问题、分析问题和解决问题;培养学生的公共关系职业素养,训练和提高学生的公共关系职业技能。

为了结合高职高专人才培养水平工作要求,大力加强学生的动手和实践能力,我们编写了本教材。

本教材始终坚持“理论够用、实践为主”的原则,吸收了国内外公共关系理论和实践的新成果,在此基础上有创新并凸显以下几个特点: 第一,理论和实践相结合。

每章均安排了引题案例,用具体的事例来分析公共关系的理论,提升理论应用与技能实训在教材中的分量和地位,突出了实用性。

第二,教材编写结构较为新颖。

本教材从结构到内容,进行了较全面的创新。

书中按“学习目的与要求—引题案例—章节内容—本章小结—思考题—实训题”的主线安排结构。

从公共关系的涵义到公共关系的工作程序,从公共关系文书写作到公共关系活动技巧,从CIS战略到公共关系礼仪,都有所创新。

第三,注重公共关系实务知识。

本教材除第一章、第二章讲述了公共关系理论知识和公共关系的产生与发展外,其余章节均是从实务知识的角度进行编写的。

<<公共关系实务与礼仪>>

书籍目录

第一章 公共关系概述 第一节 公共关系的基本内涵 第二节 公共关系的特征 第三节 公共关系的职能与基本原则 第四节 公共关系的要素第二章 公共关系的起源和发展 第一节 公共关系的起源 第二节 公共关系的发展 第三节 公共关系产生的社会条件和发展动力 第四节 公共关系在中国第三章 公共关系人员及机构设置 第一节 公共关系从业人员 第二节 公共关系组织机构设置第四章 公共关系的工作程序 第一节 公共关系调查 第二节 公共关系策划 第三节 公共关系实施 第四节 公共关系评估第五章 组织公共关系处理 第一节 组织内部公共关系处理 第二节 组织外部公共关系处理第六章 公共关系工作类型 第一节 主体型公共关系 第二节 对象型公共关系 第三节 功能型公共关系 第四节 危机管理第七章 公共关系与CIS战略 第一节 CIS概述 第二节 CIS战略 第三节 现代企业的CIS策划 第四节 CIS战略与CS战略第八章 公共关系专题活动 第一节 新闻发布会 第二节 庆典活动 第三节 会展活动 第四节 赞助活动第九章 公共关系文书 第一节 公共关系文书概述 第二节 公务文书写作的基本知识 第三节 事务类公共关系文书写作 第四节 商务类公共关系文书写作第十章 公共关系技巧 第一节 交谈技巧 第二节 公共关系演讲 第三节 说服技巧 第四节 谈判技巧 第五节 投诉处理第十一章 公共关系礼仪 第一节 公关礼仪概述 第二节 日常礼仪 第三节 公务礼仪 第四节 商务礼仪 第五节 涉外礼仪参考文献

<<公共关系实务与礼仪>>

章节摘录

插图：虽然公共关系的历史可以追溯到远古时代，但作为一种全新的思想、一种系统而科学的理论，其建立远远落后于实践。

作为一种新型的、专业性很强的职业，它发端于19世纪末、20世纪初的美国。

此后，随着社会、政治、经济的飞速发展，公共关系也与时俱进，发生日新月异的变化。

其发展大致经历了四个明显的阶段，并呈现出不同的特征。

一、巴纳姆时期——“公众受愚弄”时代有组织、有意识的公共关系活动，起源于19世纪中叶在美国风行一时的报刊宣传代理活动。

1833年9月，本杰明·戴伊创办了第一张面向大众的通俗化报纸——《纽约太阳报》，从此开启了美国报刊史上以大众读者为对象、大量发行的、价格低廉的“便士报”时期。

由于这种报纸发行量大，广告费用也迅速上涨，当时，一些大的公司和财团为了节省广告费，便雇佣专门人员炮制关于自己的煽动性新闻，以扩大影响。

而报刊为迎合下层读者的需要，增加发行量，也乐于接受发表，这样一来，便出现了美国历史上有名的报刊宣传代理活动，其中最突出的代表便是一个马戏团的经理费尼斯·巴纳姆。

巴纳姆可以说是新闻传播方面的行家里手，他具有很强的吸引公众注意的才能。

他的工作信条是：“宣传皆好事”，完全不把公众放在眼里。

他运用他的才能和技巧，编造许多荒诞离奇的故事来吸引公众的注意和好奇，在制造新闻、愚弄公众方面达到了登峰造极的地步。

从下面这个例子我们可以一管窥豹。

巴纳姆曾经在报纸上发表了一篇文章，说他所在马戏团的一名黑人女奴海斯在100多年前曾养育过美国第一任总统乔治·华盛顿将军。

这一“新闻”激起了美国社会的巨大轰动，引起了公众巨大的兴趣。

巴纳姆乘势又在报纸上使用不同的笔名制造“读者来信”，人为地引起一场巨大的争论，有的来信说巴纳姆的所谓“海斯”故事只是一个骗局，有的来信则说巴纳姆发现了海斯是一大功劳。

而巴纳姆作为这一骗局的制造者则大获其利，他每周可以从希望一睹海斯风采的美国人那里获得1500美元的门票收入。

但是，海斯死后，人们对她的尸体解剖后发现，海斯只不过80岁左右，并非巴纳姆说的161岁。

事已至此，巴纳姆居然还厚颜无耻地“深表震惊”，声明他本人也是受骗者之一。

从上面这则例子可以发现，巴纳姆对初露锋芒的大众传媒的神奇魔力的感悟能力，他已经能够熟练地应用这些手段，无中生有，编造神话。

而他在制造“新闻”、愚弄公众之后，又善于审时度势、推波助澜，使事件朝着他希望的方向发展。

但是，他走向了极端。

首先，他这种宣传完全不顾及公众的利益；其次，当时的报刊宣传员都以获得免费的报刊版面为首要目的，并为此而不断地编造神话，欺骗公众，这种做法与公共关系职业的基本要求和道德准则相去甚远。

这些报刊宣传员典型的“个人英雄主义”、忽视公众利益的做法，给现代公共关系的健康发展带来了巨大的负面影响。

他们滥用公众信任的大众传播手段，一味地无中生有，制造“新闻”来欺骗公众，最终遭到了公众的唾弃，落得个“搬起石头砸自己的脚”的局面。

因此，人们把整个巴纳姆时期称为“公众受愚弄”时代。

<<公共关系实务与礼仪>>

编辑推荐

《公共关系实务与礼仪(基础类)》：新世纪应用型高等教育基础类课程规划教材

<<公共关系实务与礼仪>>

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>