

<<邮政公共关系>>

图书基本信息

书名：<<邮政公共关系>>

13位ISBN编号：9787563503742

10位ISBN编号：7563503749

出版时间：1999-06

出版时间：北京邮电学院出版社

作者：刘翠霞

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>

<<邮政公共关系>>

书籍目录

目录

前言

第一章 邮政公共关系概述

第一节 邮政公共关系概念

一、公共关系的概念

二、公共关系的界定

三、邮政公共关系的定义及特征

第二节 邮政公共关系的基本目标

一、什么是邮政组织形象

二、为何把塑造良好的组织形象作为邮政公共关系的
基本目标

三、怎样塑造良好的邮政组织形象

第三节 邮政公共关系的职能

一、搜集信息、监测环境

二、输出信息、扬名立誉

三、协调关系、优化环境

四、咨询建议、决策参谋

五、处理危机、转危为安

第四节 研究邮政公共关系的现实意义

一、加深对公共关系的哲学思考与理性认识

二、充分认识邮政公共关系与市场经济的内在联系

三、科学把握邮政公共关系与精神文明建设的
辩证关系

案例与分析11

第二章 邮政公共关系的兴起和发展

第一节 古代公共关系的溯源

一、公共关系产生的一般社会历史条件

二、古代公共关系的起源与活动

三、古代公共关系的基本特征

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、现代公共关系兴起与发展的基本条件

三、现代公共关系发展的基本趋势与展望

第三节 邮政公共关系的兴起与发展

一、公共关系在中国的传播与发展

二、邮政（邮电）公共关系的兴起与发展

案例与分析2 - 1

第三章 邮政公共关系的构成要素

第一节 邮政公共关系主体 邮政组织

一、邮政公共关系主体的特定指向

二、邮政公共关系主体的主导性与相对性

第二节 邮政公共关系客体 公众

一、公众的基本概念

二、公众的特征

三、公众的分类

<<邮政公共关系>>

第三节 邮政公共关系过程 传播

- 一、公共关系传播的涵义
- 二、公共关系传播的过程
- 三、公共关系传播的要素
- 四、公共关系传播的类型
- 五、公共关系传播的原则与方法

案例分析3 - 1

第四章 邮政企业内部公共关系

第一节 邮政企业内部公共关系的重要性

- 一、内部公共关系是外部公共关系的基础
- 二、内部公共关系是企业声誉的基本保证条件之一
- 三、内部公共关系有利于加强企业的民主与法制建设

第二节 邮政企业内部公共关系的主要内容

- 一、企业内部公共关系的基本原理
- 二、邮政企业内部公共关系的对策
- 三、搞好邮政企业内部公共关系的基本途径与方法
- 四、股东关系

第三节 邮政企业内部公共关系的基本目标

- 一、造就员工良好的价值观念
- 二、协调和改善企业内部的人群关系
- 三、培养企业内部“家庭式氛围”

案例分析4 - 1

第五章 邮政企业外部公共关系

第一节 邮政企业外部公共关系的重要性

- 一、为邮政企业的经营决策提供正确依据
- 二、提高邮政企业经营的灵活性
- 三、使邮政企业了解市场需求，更好地为公众服务

第二节 邮政企业外部公共关系的内容

- 一、消费者关系
- 二、社区关系
- 三、政府关系
- 四、新闻界关系
- 五、竞争对手关系

案例分析5 - 1

第六章 邮政公共关系程序

第一节 邮政公共关系目标设定

- 一、设定目标的基本要求
- 二、设定目标的分类
- 三、设定目标的方法

第二节 邮政公共关系计划的制定

- 一、邮政公共关系计划体系
- 二、制定邮政公共关系计划的主要环节
- 三、邮政公共关系预算

第三节 邮政公共关系工作的开展 实施计划

- 一、方案选择范围的确定
- 二、方案完善的公关活动模式
- 三、方案实施的调控

<<邮政公共关系>>

第四节 邮政公共关系效果评估

- 一、评估的标准
- 二、评估的方法
- 三、评估的动态分析

案例与分析6 - 1

第七章 邮政公共关系策划

第一节 邮政公共关系策划的概念

- 一、邮政公共关系策划的涵义
- 二、邮政公共关系策划特征
- 三、邮政公共关系策划价值
- 四、邮政公共关系策划误区

第二节 邮政公共关系策划的基本原则

- 一、整体原则
- 二、信息原则
- 三、周密原则
- 四、优化原则
- 五、奇胜原则
- 六、适宜原则

第三节 邮政公共关系策划的类型与技法

- 一、公共关系战略策划
- 二、公共关系专门活动的策划
- 三、具体公共关系操作的策划

第四节 CI战略与导入

- 一、CI的涵义、作用和宗旨
- 二、CI的历史
- 三、CI的构成
- 四、CI设计的原则
- 五、CI在邮政企业的应用

第五节 CS战略的实施

- 一、CS战略的基本思想
- 二、CS战略出现的主要背景
- 三、邮政企业实施CS战略的思考与对策

案例与分析7 - 1

第八章 邮政公共关系调查

第一节 邮政公共关系调查的意义

- 一、使邮政组织能够准确地进行形象定位
- 二、为邮政组织决策提供科学依据
- 三、使邮政组织及时地把握公众舆论
- 四、提高邮政组织公共关系活动的效益
- 五、有利于塑造邮政组织的良好形象

第二节 邮政公共关系调查的原则

- 一、客观性原则
- 二、全面性原则
- 三、时效性原则
- 四、计划性原则
- 五、伦理原则

第三节 邮政公共关系调查的内容

<<邮政公共关系>>

- 一、组织的形象地位调查
- 二、组织的公众舆论调查
- 三、公共关系活动条件的调查
- 第四节 邮政公共关系调查的方法
 - 一、访谈调查法
 - 二、问卷调查法
 - 三、引证分析法
 - 四、公共关系调查中的抽样方法与抽样技术
- 案例分析8 - 1
- 第九章 邮政企业文化与公共关系
 - 第一节 企业文化概述
 - 一、企业文化的概念
 - 二、企业文化的基本特征
 - 三、企业的功能的作用
 - 第二节 邮政企业文化建设
 - 一、邮政企业文化现状
 - 二、邮政企业文化建设的内容与程序
 - 三、建设邮政企业文化应解决的几个问题
 - 第三节 邮政企业文化与公共关系
- 案例分析911、9 - 2
- 第十章 邮政公共关系实务与技巧
 - 第一节 邮政公共关系专题活动
 - 一、捐赠与赞助
 - 二、仪式庆典活动
 - 三、展览会
 - 四、新闻发布会
 - 五、宴请与舞会
 - 第二节 邮政公共关系的日常业务
 - 一、公关广告
 - 二、公关谈判
 - 三、公关演讲
 - 四、公关文书
 - 五、新闻写作
 - 第三节 社交礼仪常识
 - 一、见面时的礼节
 - 二、日常交往的礼节
 - 三、服饰和仪容举止
- 案例分析10 - 1、102、103、10 - 4
- 第十一章 邮政公共关系机构与人员
 - 第一节 邮政公共关系机构
 - 一、公共关系组织机构的类型
 - 二、邮政企业的公共关系机构
 - 第二节 邮政公共关系人员
 - 一、公共关系专业人员的素质
 - 二、公共关系人员的培养
 - 三、公共关系人员的考评
- 案例分析111

<<邮政公共关系>>

第十二章 开拓发展中国的邮政公共关系事业

第一节 邮政公共关系的现状与思考

一、邮政公共关系的现状

二、邮政公共关系发展的障碍及分析

第二节 创建有中国特色的邮政公共关系

一、创建有中国特色的邮政公共关系应遵循的基本原则

二、发展邮政公共关系事业当前要解决的两个问题

案例与分析12 - 1

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>