

<<旅游公共关系学>>

图书基本信息

书名：<<旅游公共关系学>>

13位ISBN编号：9787565402333

10位ISBN编号：7565402338

出版时间：2011-1

出版时间：东北财经大学出版社有限责任公司

作者：杨哲昆 编

页数：163

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>

<<旅游公共关系学>>

内容概要

《旅游公共关系学(第4版)》由杨哲昆主编，从1999年出版以来，已经进行过两版修订。

主要面向全国高职、普教、成教、自考等不同类型的旅游专业大专生。

本次修订主要做了以下工作：第一，在保持原教材侧重于基础理论和实际操作特点的基础上，简化篇幅，使教材更便于应用性教学，同时也给教师留下在多样化实践教学中发挥的空间；第二，根据旅游业发展的新变化，对一些案例进行了调整；第三，参考了近年来最新的旅游公共关系方面的研究成果，对本书的理论体系进行了更精练的调整。

调整后的教材，更适合高等职业教育旅游管理专业的岗位化教学需要，由于保留了系统性的基础理论体系，本教材也可作为其他类型旅游专业大专生的教学用书以及旅游业从业人员高级培训的教材。

<<旅游公共关系学>>

书籍目录

第1章 公共关系概论

学习目标

- 1.1 公共关系史
- 1.2 公共关系要素
- 1.3 公共关系观念
- 1.4 公共关系原则
- 1.5 公共关系职能

本章小结

主要概念和观念

基本训练

观念应用

第2章 旅游公共关系概论

学习目标

- 2.1 旅游公共关系学的研究对象
- 2.2 旅游公共关系的一般特点
- 2.3 旅游公共关系的基本原则
- 2.4 旅游公共关系的构成要素

本章小结

主要概念和观念

基本训练

观念应用

第3章 旅游公共关系的运作——公关部

学习目标

- 3.1 公关部的设置
- 3.2 公关部的任务
- 3.3 公关部的工作程序

本章小结

主要概念和观念

基本训练

观念应用

第4章 旅游公共关系的运作——公关咨询

学习目标

- 4.1 公关咨询的内容与原则
- 4.2 公关信息的调查与处理
- 4.3 公关咨询的种类与方法

本章小结

主要概念和观念

基本训练

观念应用

第5章 旅游公共关系的运作——公关协调

学习目标

- 5.1 公关协调的内容与原则
- 5.2 公众的划分与规划
- 5.3 公共关系协调的艺术

本章小结

<<旅游公共关系学>>

主要概念和观念

基本训练

观念应用

第6章 旅游公共关系的运作——公关传播

学习目标

6.1 公关传播的目的与原则

6.2 人际传播

6.3 大众传播

6.4 公共关系广告

本章小结

主要概念和观念

基本训练

观念应用

第7章 旅游公共关系的运作——公关教育

学习目标

7.1 公关教育的目的与原则

7.2 内部培训的种类及安排

7.3 多种教育方式的安排

本章小结

主要概念和观念

基本训练

观念应用

第8章 旅游公共关系的运作——公关专题

学习目标

8.1 公关专题活动的类型与原则

8.2 公关专题活动的策划

8.3 公关专题活动的实施

本章小结

主要概念和观念

基本训练

观念应用

第9章 旅游酒店公共关系实务

学习目标

9.1 酒店公共关系活动的特点

9.2 酒店公共关系活动的种类、组织及实施

本章小结

主要概念和观念

基本训练

观念应用

第10章 旅行社公共关系实务

学习目标

10.1 旅行社公共关系活动的特点

10.2 旅行社公共关系活动的种类、组织及实施

本章小结

主要概念和观念

基本训练 /

观念应用

<<旅游公共关系学>>

综合案例

综合实训

主要参考书目

章节摘录

版权页：插图：1.4 公共关系原则如果说公共关系观念对公共关系的活动发挥着指导性的作用，那么，公共关系的原则就是公共关系活动顺利进行的良好保障，其原则包括：服务原则、诚信原则、公开原则和着眼长远原则。

服务原则是公共关系原则中最主要、最核心的原则，其他三个原则是服务原则的注脚，要想将服务原则贯彻落实就必须要做到诚信、公开和着眼长远。

1.4.1 服务原则1) 内容服务原则就是使整个公共关系工作都变成一种具有服务性的工作。

服务原则主要从两个方面体现出来。

其一，要体现为公众服务的精神，使公众能够感受到主体的服务态度，这是赢得公众的关键；其二，要体现为主体服务的精神，主体内部有多方面的工作，公共关系工作并不是凌驾于其他工作之上的，而是以服务的态度为其他工作的顺畅进行创造条件。

2) 要求首先，要时时关注公众需求，并及时进行调整，使主体的活动能紧紧围绕公众需求展开。

其次，要关注主体的内部变化，凡有不协调的地方，无论是大事还是小事，都要及时发现、提出，并积极创造条件，促进问题的解决。

这里还需要注意，服务不是替代。

公共关系工作几乎涉及宣传、促销、组织、人事等主体活动的一切方面，如果采取替代式的做法，不仅做不好工作，而且还会伤害其他各个部门的积极性。

1.4.2 诚信原则1) 内容诚信原则就是在整个公共关系活动中讲求真诚和信用。

诚信原则从诚和信两个方面制约公共关系活动。

其一，以诚待人。

诚就是讲求事实，在公共关系的一切工作中，要以讲求事实的态度待人，在主观好恶的冲击中，保持客观性。

其二，以信取人。

信就是遵守诺言，在公共关系活动中，只要有诺在先，就要全力实现它，在各种利益得失的冲击中，保持言行一致性。

2) 要求其一，不以虚假的言行欺骗公众。

虚假的言行可以在一段时间内蒙蔽公众，从而得到某方面的利益。

但是待到原形毕露时，将会付出更大的损失作为代价。

其二，言必行，行必果。

信守诺言可能会在利益方面造成一定损失，这是一些人失信的基本原因。

但是从长远的观点看，守信可以带来良好的声誉，主体将会在长远的发展中得到良好的回报。

<<旅游公共关系学>>

编辑推荐

《旅游公共关系学(第4版)》：“换代型”系列·高职高专教育旅游与饭店管理专业教材新系

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>