

<<实用公共关系学>>

图书基本信息

书名：<<实用公共关系学>>

13位ISBN编号：9787811230161

10位ISBN编号：781123016X

出版时间：2008-12

出版时间：北京交通大学出版社

作者：吴东泰,张亚

页数：294

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>

<<实用公共关系学>>

内容概要

《全国高职高专教育精品规划教材：实用公共关系学》是多年来工作在高等职业技术教育岗位上的教师编写的。

他们结合自己多年来培养责任型、应用型、技能型高等职业技术人才工作的经验，根据高职高专教育的特点，贯彻“理论以必需、够用为度，突出实践性、能力性教学，注重责任、能力素质培养”的原则编写了本教材。

在教材体系设计编排上，既保证了学科基本体系的科学性和系统性，又紧密结合高职高专类型教育的要求，特别重视满足实践性教学的需要，重视吸收高等技能型人才教育的教学方法的研究成果。

书籍目录

第一章 公共关系概论第一节 公共关系的对象一、公共关系的概念与特征二、公共关系的辨析三、公共关系学的研究对象及目的第二节 公共关系的基本职能与原则一、公共关系的基本职能二、公共关系的基本原则第三节 现代公共关系一、公共关系的产生与发展二、现代公共关系第四节 公共关系的构成要素一、公共关系的主体——社会组织二、公共关系的客体——公众三、公共关系媒介——传播

第二章 公共关系的主体第一节 社会组织一、社会组织的特征与环境二、社会组织的分类第二节 公共关系机构一、组织内部的公共关系机构二、组织外部的公共关系机构第三节 公共关系从业人员一、公共关系从业人员的基本素质二、公共关系从业人员的职业准则三、公共关系从业人员的培养与考评

第三章 公共关系工作的对象第一节 公众的分类一、公众二、社会组织的内部公众三、社会组织的外部公众第二节 主要公众关系一、员工关系二、顾客关系三、媒介关系对象四、其他关系第三节 公众的心理分析一、公众心理概述二、心理因素与公众行为三、心理学原理在公共关系中的应用四、公众的心理定势

第四章 公共关系运作的程序第一节 公共关系调查一、公共关系调查及其意义二、公共关系调查方案的设计三、公共关系调查内容四、公共关系调查方法五、公共关系调查报告的撰写第二节 公共关系策划一、公共关系策划的含义及其意义二、公共关系策划的基本程序三、公共关系策划方案第三节 公共关系方案实施一、公共关系实施的特征二、公共关系实施的原则三、公共关系实施的要求第四节 公共关系评估一、公共关系评估的标准和方法二、公共关系评估的程序一三、公共关系形象效果的评估

第五章 公共关系传播第一节 公共关系传播概述一、公共关系传播及其特点二、公共关系传播的功能三、公共关系传播媒介第二节 公共关系传播的原则、技巧与方法一、公共关系传播原则二、公共关系传播技巧三、公共关系传播方法第三节 公共关系传播的障碍一、公共关系传播障碍的类型二、公共关系传播障碍的排除第四节 整合营销传播一、整合营销传播的内涵二、整合营销传播的核心三、整合营销传播的实施

第六章 公共关系的协调第一节 公共关系协调概述一、公共关系协调的意义和目标二、公共关系协调的原则三、公共关系协调的内容和形式第二节 内部公众关系及协调一、员工关系的协调二、股东关系的协调第三节 外部公众关系及协调一、顾客关系的协调二、政府关系的协调三、社区关系的协调四、媒介关系的协调五、竞争者关系的协调六、名流关系的协调七、国际公众的协调

第七章 组织形象建设第一节 组织形象概述一、组织形象的含义与特征二、组织形象的种类三、组织形象的构成要素第二节 组织形象的定位和设计一、塑造组织形象的原则二、塑造组织形象的方法三、设计组织形象的主要任务和步骤第三节 组织识别系统的策划一、理念识别系统二、行为识别系统三、视觉识别系统四、听觉识别系统

第八章 公共关系活动模式第一节 战略型公共关系活动模式一、建设型公共关系活动模式二、维系型公共关系活动模式三、进攻型公共关系活动模式四、防御型公共关系活动模式五、矫正型公共关系活动模式第二节 战术型公共关系活动模式一、宣传型公共关系活动模式二、交际型公共关系活动模式三、服务型公共关系活动模式四、社会型公共关系活动模式五、征询型公共关系活动模式第三节 公共关系活动模式的新发展一、文化型公共关系活动模式二、网络型公共关系活动模式

第九章 公共关系沟通技巧第一节 公共关系沟通的基本特征一、沟通的含义与要素二、公共关系沟通的基本特征三、公共关系沟通的作用第二节 公共关系沟通的主要类型一、根据沟通对象的不同划分二、根据沟通手段的不同划分三、根据沟通领域的不同划分四、根据公共关系工作内容的不同划分第三节 公共关系沟通的一般技巧一、有效沟通的原则二、有效沟通的方法三、沟通障碍及克服四、沟通的技巧五、沟通中要注意的问题

第十章 公共关系语言艺术第一节 口头语言艺术一、口头语言艺术的特点与技巧二、口头语言艺术在公共关系中的运用第二节 书面语言艺术一、书面语言艺术的特点与技巧二、书面语言艺术在公共关系中的运用第三节 体态语言艺术一、体态语言艺术的特点与技巧二、体态语言艺术在公共关系中的运用第四节 电子多媒体语言艺术一、电子多媒体语言艺术的特点与技巧二、电子多媒体语言艺术在公共关系中的运用

第十一章 公共关系的交往礼节第一节 服饰的基本礼仪一、着装的基本礼仪二、配饰和首饰三、常见首饰的佩戴及禁忌第二节 交往的基本礼节一、见面礼节二、交谈礼节三、拜访礼节第三节 交往的仪表礼节一、基本姿态二、宴请的基本礼仪

第十二章 公共关系的创意策划第一节 公共关系策划的创意思维一、公共关系创意策划二、公共关系创意策划思维的方式和类型三、公共关系创意策划时机的选择第二节 公共关系创意思维的培养一、创造性思维的方法二、公共关系创意思维的培养三、创造性思维的过程第三节 公共关系创意能力的培养训

练一、公共关系创意策划人员的人格特征及其培养二、创造性思维品质的养成训练三、创造性思维训练的方法第十三章 公共关系专题活动第一节 新闻发布会一、新闻发布会前的准备工作二、新闻发布会中注意事项三、新闻发布会的程序四、新闻发布会后的工作第二节 展览会一、展览会的特点二、展览会的类型三、展览会的组织四、展览会的实施五、展览会举办效果评估第三节 赞助活动一、赞助活动的目的二、赞助活动的类型三、赞助活动应遵循的原则四、赞助活动的步骤第四节 典礼与仪式一、典礼与仪式的类别二、典礼与仪式的组织工作三、剪彩仪式四、签字仪式第五节 联谊活动一、参观活动二、文艺演出三、宴请活动四、舞会五、联欢活动第十四章 公共关系的危机管理第一节 公共关系危机管理概述一、公共关系危机的概念与特征二、导致公共关系危机的原因三、公共关系危机的类型和危机管理的原则第二节 公共关系危机的管理一、建立公共关系危机预警系统二、公共关系危机的防范管理第三节 公共关系危机的处理一、处理公共关系危机的意义和原则二、公共关系危机处理的策略三、公共关系危机处理的程序与评价参考文献

<<实用公共关系学>>

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>