

<<公关理论精要>>

图书基本信息

书名：<<公关理论精要>>

13位ISBN编号：9787040148503

10位ISBN编号：7040148501

出版时间：2004-7

出版时间：高等教育出版社

作者：张雷

页数：214

字数：257000

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>

## <<公关理论精要>>

### 内容概要

本书为“高等院校现代公关丛书”之一，主要介绍了公共关系的历史与发展；公共关系主体；公共关系对象；公共关系传播；公共关系战略；公共关系工作程序；公共关系专题活动；公共关系组织；公共关系的现状和发展趋势等内容。

<<公关理论精要>>

作者简介

张雷，男，1960年2月生。

浙江工业大学人文学院教授，中国国际公共关系协会学术委员会委员，浙江省公共关系协会副会长兼学术委员会主任。

浙江省高等学校中青年学科带头人。

1987年开始从事公共关系学的教学和研究，发表有关公共关系的研究论文50多篇，主要专著有《注意力经济学

<<公关理论精要>>

书籍目录

第一章 绪论 第一节 公共关系的基本概念 第二节 公共关系的描述与解释 第三节 公共关系与庸俗关系的区别第二章 公共关系的历史与发展 第一节 古代中外公共关系思想的萌芽 第二节 现代西方公共关系职业的形成 第三节 当代中国公共关系事业的发展第三章 公共关系主体 第一节 公共关系主体构成 第二节 公共关系主体形象 第三节 公共关系部门 第四节 公共关系人员 第五节 公共关系主体内部关系第四章 公共关系对象 第一节 公众的特征 第二节 公众的分类 第三节 公众心理分析 第四节 影响公众的方法第五章 公共关系传播 第一节 公共关系传播过程 第二节 公共关系传播形式 第三节 公共关系新闻传播 第四节 公共关系广告传播第六章 公共关系战略 第一节 公关结构的战略意义 第二节 公共关系的平衡战略 第三节 公共关系的不平衡战略 第四节 CIS战略 第五节 CS战略第七章 公共关系工作程序 第一节 公共关系调查研究 第二节 公共关系计划制定 第三节 公共关系传播实施 第四节 公共关系效果评估第八章 公共关系专题活动 第一节 庆典 第二节 赞助 第三节 展览 第四节 危机管理 第五节 公共事务第九章 公共关系组织 第一节 公共关系公司 第二节 公共关系教育机构 第三节 公共关系行业组织 第四节 公共关系专业刊物第十章 公共关系的现状和发展趋势 第一节 全球化和数字化背景下的公共关系 第二节 从网络世界看我国公共关系的发展现状 第三节 信息过剩——社会公共关系面临的挑战附录 附录一 附录二重要参考书目后记

章节摘录

第二章公共关系的历史与发展 原始人类为了能够在恶劣的环境中生存下来，不得不以群体的力量和自然抗争，这样就形成了一定规模的社会群体。

他们共同劳动，共同生活，不仅要在思想和情感上相互沟通，许多情况下还必须在意志和行为上协调一致。

人类在处理个体与个体、个体与群体、群体与群体的关系时通常有三种手段，第一种是“压服”，利用权力、暴力等手段强制对方服从自己的意志，第二种是通过“交换”，双方通过互相给予对方需要的东西来达到自己的目的，第三种方式是通过“说服”，即通过信息的传播和沟通达到自己的目标。这最后的方式就是公共关系的最初形态。

第一节古代中外公共关系思想的萌芽 公共关系的概念虽然只有100多年的历史，但有关公共关系的思想和类型公共关系的活动在人类社会的早期就有出现，如中国有许多广为流传的格言、谚语都包含了深刻的公共关系思想。

古代中外公共关系思想的萌芽 公共关系的发展，是社会分工合作的必然要求。

我国古代著名思想家荀况曾经有过这样的论述：人“力不如牛，走不如马，而牛马为用，何也？

曰：人能群，彼不能群也。

人何以能群？

曰：分。

分何以能行？

曰：义。

故义以分则和，和则一，一则多力，多力则强，强则胜物。

”（荀况《制王篇》）。

……

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>