

<<实用公共关系基础>>

图书基本信息

书名：<<实用公共关系基础>>

13位ISBN编号：9787109117433

10位ISBN编号：710911743X

出版时间：2003-6

出版时间：中国农业出版社

作者：陈新，杨继明 主编

页数：282

字数：326000

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>

<<实用公共关系基础>>

内容概要

本教材是在中国农业出版社2003年6月出版的《实用公共关系基础》第一版的基础上重新修订出版的教材。

这次修订是根据几年来教材使用中反馈的信息，删减了部分理论内容，突出强调了公共关系四步工作法、企业公关的CIS战略等操作方法的内容。

适当增加了案例分析的篇幅。

在案例选取上，注重新颖、实用、适用等特点，全面更新了技能训练题，使之在各方面更臻完善。

本教材适应高等职业教育的要求，理论精当，繁简适度，在注重知识的系统性、实用性和先进性的向时。

将案例融入相关理论，深入浅出，实用性强，可操作性强，充分体现了以能力为本位的教育思想。

本教材既可作为高职高专院校公共关系专业的专业课教材和非公共关系专业通用教材，也可作为从事本行业工作及对公共关系感兴趣人士的参考用书。

<<实用公共关系基础>>

书籍目录

前言第一版前言第一章 公共关系概述 第一节 公共关系的涵义及特征 一、公共关系的涵义 二、公共关系的基本特征 第二节 公共关系的产生与发展 一、公共关系的产生 二、现代公共关系的发展 三、公共关系在中国 第三节 公共关系的职能和原则 一、公共关系的职能 二、公共关系的工作原则 复习思考题 案例分析题 技能训练题第二章 公共关系的主体——社会组织 第一节 公共关系的组织机构 一、公共关系部 二、公共关系公司 三、公共关系社团 第二节 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道德 复习思考题 案例分析题 技能训练题第三章 公共关系的客体——公众 第一节 公众的涵义和特征 一、公众的涵义 二、公众的特征 第二节 公众的分类 一、不同的社会组织有不同的公众 二、同一个组织有不同的公众 三、同一种公众有不同的类别 第三节 公众的心理特点与关系协调 一、各类公众的心理特点及表现 二、各类公众关系的协调 复习思考题 案例分析题 技能训练题第四章 公共关系传播 第一节 传播概述 一、传播的涵义及特征 二、传播的基本要素 三、公共关系传播的一般模式 第二节 公共关系传播媒介 一、公共关系传播的基本形式 二、公共关系传播媒介 三、公共关系传播媒介的选择 四、公共关系传播效果 五、公共关系传播技巧 第三节 网络条件下的公共关系传播 一、网络公关的性质及其优势 二、网络传播的弊端 三、网络公关的运用 复习思考题 案例分析题第五章 公共关系调查第六章 公共关系策划第七章 公共关系的实施与评估第八章 部门公共关系第九章 公共关系系列活动第十章 公共关系礼仪与技巧第十一章 公共关系文书主要参考文献

<<实用公共关系基础>>

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>