

<<公共关系实务>>

图书基本信息

书名：<<公共关系实务>>

13位ISBN编号：9787300164519

10位ISBN编号：730016451X

出版时间：2012-10

出版时间：中国人民大学出版社

作者：蔺洪杰

页数：224

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>

<<公共关系实务>>

内容概要

《21世纪高职高专精品教材·经贸类通用系列：公共关系实务》围绕公共关系这个中心内容，以大量的公共关系故事和经典案例为素材阐述公共关系的概念和原理，内容新颖，通俗易懂。每章内容包括引例、正文、要点回访、模拟训练、复习题、经典案例、趣味阅读等，注重素质教育与能力教育的结合。

《21世纪高职高专精品教材·经贸类通用系列：公共关系实务》既可作为高职高专院校相关专业的教材，也可作为广大管理人员的参考学习用书。

书籍目录

第一章 公共关系概论第一节 公共关系的概念第二节 公共关系的起源和发展要点回放模拟训练复习题经典案例趣味阅读第二章 公共关系主体第一节 公共关系主体的内涵第二节 公共关系机构第三节 公共关系人员要点回放模拟训练复习题经典案例趣味阅读第三章 公共关系客体第一节 公众的概念与特征第二节 公众的分类第三节 正确处理组织与公众之间的关系要点回放模拟训练复习题经典案例趣味阅读第四章 公共关系传播第一节 公共关系传播概述第二节 公共关系传播的基本类型第三节 公共关系传播媒介要点回放模拟训练复习题经典案例趣味阅读第五章 公共关系工作程序第一节 公共关系调查第二节 公共关系策划第三节 公共关系实施第四节 公共关系评估要点回放模拟训练复习题经典案例趣味阅读第六章 公共关系活动第一节 新闻传播与公共关系广告第二节 其他公共关系活动要点回放模拟训练复习题经典案例趣味阅读第七章 组织形象第一节 组织形象策划第二节 CIS——组织形象识别系统第三节 CIS的导入要点回放模拟训练复习题经典案例趣味阅读第八章 危机型公共关系第一节 危机型公共关系概述第二节 危机型公共关系处理第三节 公共关系危机的预防要点回放模拟训练复习题经典案例趣味阅读第九章 公共关系语言艺术第一节 公共关系语言概述第二节 公共关系语言的主要形式第三节 公共关系语言艺术的主要方法第四节 公共关系活动中语言艺术的发展趋势要点回放模拟训练复习题经典案例趣味阅读参考文献

<<公共关系实务>>

章节摘录

(五) 公共关系是一门艺术与科学 这类定义侧重于公共关系的决策咨询功能。最有代表性的是国际公共关系协会于1978年8月发表的《墨西哥宣言》中提出的定义：“公共关系是一门艺术和社会科学：它分析趋势，预测结果，向机构领导提供意见。履行一系列有计划的行动，以服务于本机构和公众的共同利益。”这个定义目前在国际上有一定的代表性和权威性，算得上是各国公共关系人士对公共关系的一个共识。

(六) 公共关系的核心就是塑造组织形象 这类定义从塑造形象的角度揭示了公共关系的本质属性，强调公共关系的宗旨是为组织塑造良好的形象。

从这一角度下定义的多见于国内学者。

如熊源伟主编的《公共关系学》提出的定义：“公共关系是社会组织为了塑造组织形象，通过传播、沟通手段来影响公众的科学和艺术。”

余明阳主编的《公共关系学》称：“组织形象是公共关系理论的核心概念。”

国内16所高等院校教师合编的《公共关系学》称：“组织形象问题是公共关系理论的核心问题。”

他们对公共关系定义的表述是一致的。

以上这些公共关系定义都是从不同的角度揭示公共关系的本质属性，都有其存在的合理性。

实际上这些定义之间并不矛盾，只是突出的侧重点不同而已。

公共关系的定义之所以难以形成一个比较统一的想法，原因大致有二：其一，现代意义上的公共关系也只是一百多年的历史，还在成长过程中，并不完全成熟；其二，由于公共关系运用的广泛性，国内外学者、各界人士、不同组织几乎都可以从自己的价值取向来理解和解释公共关系。

相对而言，目前在国内外公共关系界，以“管理论”、“传播沟通论”、“组织形象塑造论”三种说法影响最大。

本教材支持把“管理论”与“传播沟通论”结合起来的“传播管理论”的定义，即“公共关系是一个组织与其相关公众之间的传播管理。”

因为这一定义准确地揭示了公共关系的基本要素与本质特征。

二、公共关系的三要素 当我们把复杂的公共关系过程提炼后可以发现，公共关系活动过程的三个基本要素是组织、公众和传播。

任何公共关系活动都是由这三个要素构成的。

组织和公众是公共关系的承担者，分别是公共关系的主体和客体，这二者之间的相互作用方式是传播（Communication，也可译作“沟通”）。

组织、公众、传播是公共关系中的三个最基本的构成要素，它们显示了公共关系现象和活动最基本的内容所在。

(一) 组织——公共关系的主体 组织是公共关系活动的主体，这里的组织是指人们有计划、有目的、有系统建立起来的一种社会机构，可以泛指政府行政机关、企业、社会团体等。

组织既是公共关系方案的策划者、承担者，又是公共关系活动的实施者，在公共关系活动中处于主导地位。

任何公共关系活动，都是组织行为，而不是个人行为，它涉及组织的整体目标，追求的是组织的整体形象与整体的公共关系效应。

公共关系是组织的活动和群体职能技巧的表现，而不是个人的私人事务；公共关系涉及组织管理的目标、战略、政策、计划、方法、活动、产品、人员、环境等各种管理要素，而不只停留在个人活动的范围内；公共关系处理的是组织与公众的关系和舆论，而不是私人的关系和纠纷；公共关系要求实现组织整体的社会效应和组织的社会形象，而不止于个人的意愿、情感和利益。

.....

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>