

<<公共关系理论与实务>>

图书基本信息

书名：<<公共关系理论与实务>>

13位ISBN编号：9787302274575

10位ISBN编号：7302274576

出版时间：2012-1

出版时间：清华大学出版社

作者：孙光磊

页数：337

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>

<<公共关系理论与实务>>

内容概要

本书重点介绍了公共关系的核心理论和内容，详细阐述了公共关系的基本理论和重要操作技巧。

本书主要介绍公共关系的基础知识、基本理论和公共关系实务。

全书共分14章，体现了公共关系学科的最新动态，体例新颖，内容精练，信息量大，编排独特，深入浅出，启发性强。

特别是书中的经典案例和富有启发性的思考题，既能使读者轻松愉快地掌握公关理论和知识，享受学习的乐趣，又能让读者在情境模拟中增强公关实战能力和技巧，展示公关的魅力。

本书可作为本科及高职高专院校经济、营销、管理和文秘等相关专业的教材，也可作为各类企事业单位公共关系、市场营销和管理等岗位工作人员的培训教材和参考读物。

<<公共关系理论与实务>>

书籍目录

第一章 公共关系概论

第一节 公共关系的含义

- 一、公共关系的各种定义
- 二、公共关系学科

第二节 公共关系的构成要素及特征

- 一、公共关系的构成要素
- 二、公共关系的特征

第三节 公共关系的作用

- 一、公共关系对社会组织的作用
- 二、公共关系对个人的作用
- 三、公共关系对社会的作用

第四节 公共关系理论的产生与发展

- 一、公共关系理论产生的背景
- 二、公共关系理论的出现
- 三、公共关系理论成熟时期的重要思想
- 四、公共关系创新时期的理论
- 五、公共关系学全球化传播时期的理论

第五节 公共关系在中国的传播

- 一、起步阶段：1980—1986年
- 二、发展阶段：1987—1989年
- 三、规范阶段：1990—1993年
- 四、完善发展阶段：从1994年开始

复习思考题

第二章 公共关系的构成要素

第一节 公共关系的主体——社会组织

- 一、社会组织的概念
- 二、社会组织的特点
- 三、社会组织的分类

第二节 公共关系的客体——公众

- 一、公众的含义
- 二、公众的特征
- 三、公众的分类

第三节 公共关系的中介——传播

- 一、传播的含义
- 二、传播的要素
- 三、公共关系传播媒介及传播活动的作用

复习思考题

第三章 公共关系的职责与功能

第一节 公共关系的职责

- 一、公共关系的基本职责
- 二、与公共关系职能相关的活动范畴

第二节 公共关系的功能

- 一、公共关系对组织的直接功能
- 二、公共关系对于个人和社会的间接功能

复习思考题

<<公共关系理论与实务>>

第四章 公共关系战略与策略

第一节 公共关系战略

- 一、战略的内涵
- 二、战略的价值
- 三、公共关系的战略地位
- 四、公共关系战略运行要素
- 五、公共关系战略核心——CS战略

第二节 公共关系策略

- 一、公共关系策略的内涵和作用
- 二、经典公共关系策略
- 三、全球化时代中国公共关系策略

复习思考题

第五章 公共关系的组织和人员

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、公共关系的专业组织

第二节 公共关系从业人员

- 一、公共关系从业人员的基本要求
- 二、公共关系从业人员的培养和考评

复习思考题

第六章 公共关系组织形象塑造

第一节 组织形象的概述

- 一、组织形象的界定与构成
- 二、塑造组织形象的意义

第二节 组织形象的定位与设计

- 一、组织形象的定位
- 二、组织形象的设计
- 三、组织形象设计的作业流程

第三节 组织形象的建立与推广

- 一、组织形象的建立
- 二、组织形象的推广

第四节 组织形象的巩固与矫正

- 一、组织形象的巩固
- 二、组织形象的矫正

复习思考题

第七章 公共关系传播技巧

第一节 传播的基本原理

- 一、传播的概念
- 二、传播的特性
- 三、传播的过程和要素
- 四、传播的类型和方式

第二节 公共关系传播的原则及媒介

- 一、公共关系传播的原则
- 二、公共关系传播媒介
- 三、公共关系传播媒介的选择

第三节 公共关系传播的效果

<<公共关系理论与实务>>

- 一、公共关系传播效果理论
- 二、公共关系传播效果的层次
- 三、公共关系传播效果的评价

第四节 有效的公共关系传播

- 一、公共关系传播过程中的障碍分析
- 二、有效的公共关系传播技巧

复习思考题

第八章 公共关系沟通技巧

第一节 公共关系沟通概述

- 一、沟通与公共关系沟通
- 二、公共关系沟通的要素
- 三、公共关系沟通的分类
- 四、公共关系沟通的内容
- 五、公共关系沟通的特征及影响因素

第二节 公共关系沟通的方式与技巧

- 一、语言沟通技巧
- 二、非语言沟通

第三节 公共关系沟通中的障碍及克服

- 一、公共关系沟通的主要障碍
- 二、公共关系沟通障碍的克服

复习思考题

第九章 公共关系中的礼仪技巧

第一节 公共关系礼仪概述

- 一、礼仪概述
- 二、公共关系礼仪的概念
- 三、公共关系礼仪的本质和特色
- 四、公共关系与礼仪

第二节 公关礼仪与修养

- 一、公关交往的因素
- 二、公关礼仪人员的素质
- 三、公关礼仪行为修养

第三节 公关工作的基本礼仪

- 一、见面礼仪
- 二、介绍礼仪
- 三、访送礼仪

第四节 仪态礼仪

- 一、站、立、行的姿势
- 二、手势动作
- 三、面部表情

复习思考题

第十章 公共关系中的语言艺术

第一节 公共关系演讲

- 一、公共关系演讲的特点与作用
- 二、演讲稿的结构
- 三、公共关系演讲技巧

第二节 语言与礼仪

- 一、公关语言交谈礼仪

<<公共关系理论与实务>>

二、交谈礼仪

第三节 公共关系谈判技巧

- 一、公共关系谈判的作用及其特征
- 二、公共关系谈判的原则与程序
- 三、公共关系谈判的策略与技巧

复习思考题

第十一章 公共关系专题活动

第一节 公共关系专题活动概述

- 一、公共关系专题活动的定义
- 二、公共关系专题活动的类型
- 三、公共关系专题活动的特点
- 四、公共关系专题活动策划中应注意的事项

第二节 庆典型公共关系专题活动

- 一、小型庆典活动
- 二、签字仪式

第三节 社区型公共关系专题活动

- 一、联谊活动
- 二、赞助

第四节 新闻传播型公共关系专题活动

- 一、谋划新闻
- 二、记者招待会

第五节 展示型公共关系专题活动

- 一、举办展览会
- 二、企业如何参加商品展销会
- 三、开放参观

第六节 系列公共关系专题活动

- 一、系列公共关系专题活动概述
- 二、系列公共关系专题活动的部分策划内容

复习思考题

第十二章 公共关系形象与CIS战略

第一节 CI战略的起源与发展

- 一、CI战略的起源
- 二、CI战略的发展

第二节 CIS战略

- 一、CIS战略的定义
- 二、CIS战略的构成要素
- 三、CIS战略的基本功能

第三节 导入CIS实施程序

- 一、导入CIS启动阶段
- 二、企业实态调查阶段
- 三、CIS设计开发阶段
- 四、CIS实施管理阶段

第四节 关于CIS的错误认识

- 一、CIS无用论
- 二、CIS导入中重视VI，忽视MI、BI
- 三、CIS导入后墨守成规，导致形象老化

复习思考题

<<公共关系理论与实务>>

第十三章 危机公共关系管理

第一节 危机公共关系概述

- 一、与危机相关的几个概念
- 二、公共关系危机的特征
- 三、公共关系危机的类型

第二节 公共关系危机的过程与处理程序

- 一、公共关系危机的过程
- 二、公共关系危机的处理程序

第三节 危机公共关系的处理原则

第四节 制订危机管理计划

- 一、建立危机管理小组
- 二、危机管理计划制定的原则
- 三、危机管理计划的内容
- 四、危机公共关系的预警
- 五、危机处理过程中的新闻发布
- 六、危机后期的恢复和发展

复习思考题

第十四章 国际公共关系

第一节 对外交往中的国际公共关系

- 一、国际公共关系的特征
- 二、国际公共关系的产生和发展
- 三、国际公共关系的基本原则
- 四、中国国际公共关系的发展

第二节 国际公共关系的目标

- 一、国际公共关系的目标与分类
- 二、确立目标原则
- 三、目标确立前的调研

第三节 国际公共关系活动

- 一、国际公共关系活动的内容
- 二、常见的国际公共关系活动

第四节 国际公共关系礼仪和外事规则

- 一、国际公共关系礼仪在对外交往中的作用
- 二、国际公共关系礼仪的基本要求

复习思考题

参考文献

<<公共关系理论与实务>>

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>