

<<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：9787303121908

10位ISBN编号：7303121900

出版时间：2011-8

出版时间：北京师范大学出版社

作者：杨国兰，黄爱华 主编

页数：247

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

《公共关系实务》以项目为载体，以技能训练为主线，以相关职业活动为导向，根据工作过程、工作任务、工作情境设计学习任务，依据职业能力设定编写目标，通过深入企事业单位调研，确定从事相关岗位所应具备的公共关系管理各项能力，设定学习项目、学习内容，教材内容贴近岗位需求，目标突出实用性，体例突出逻辑性、层次性，训练设计突出实践性，语言精练、规范、易懂，适应社会培养应用型人才的需要，是一本全新体例的“公共关系”教材。

《公共关系实务》可作为应用型本科、高职高专、中职学校、职业培训机构公共关系课程的教材，也可以为企事业单位内部培训使用。

## &lt;&lt;公共关系实务&gt;&gt;

## 书籍目录

## 引言

- 任务一 领悟公共关系内涵
- 任务二 分析公共关系构成要素
- 任务三 形成公共关系意识

## 项目一 公共关系调查研究

- 任务一 拟订公关调查方案
  - 步骤一 公关调查准备
  - 步骤二 拟订公关调查方案
- 任务二 实施公关调查
  - 步骤一 运用观察法实施调查
  - 步骤二 运用访谈法实施调查
  - 步骤三 运用问卷法实施调查
- 任务三 撰写公关调查报告
  - 步骤一 整理、分析、处理调查资料
  - 步骤二 撰写公关调查报告

## 项目二 公共关系策划

- 任务一 确定公关目标和主题
  - 步骤一 确定公共关系目标
  - 步骤二 设计公共关系主题
- 任务二 选择公关模式和策略
  - 步骤一 分析和确定公众
  - 步骤二 确定活动形式
  - 步骤三 选择传播媒介
  - 步骤四 选择公关模式和策略
- 任务三 策划专题公关活动方案
  - 步骤一 拟订庆典活动方案
  - 步骤二 拟订新闻发布会方案
  - 步骤三 拟订赞助活动(公益活动)方案

## 项目三 公共关系实施与评估

- 任务一 筹备公关活动
  - 步骤一 确定公关活动的场地
  - 步骤二 公关活动工作项目的分解与管理
  - 步骤三 制订公关活动实施进度计划
- 任务二 实施公关活动
  - 步骤一 邀请来宾
  - 步骤二 做好接待工作
  - 步骤三 组织实施公关活动
  - 步骤四 实施过程中的检查及监控
- 任务三 评估公共关系效果
  - 步骤一 选择评估内容、确定评估标准
  - 步骤二 实施评估
  - 步骤三 撰写评估报告

## 项目四 组织形象塑造

- 任务一 组织形象分析与评价
  - 步骤一 分析企业形象

## <<公共关系实务>>

步骤二 评价组织形象

任务二 组织形象策划与设计

步骤一 理念识别(MI)的设计

步骤二 行为识别(BI)的设计

步骤三 视觉识别(VI)的设计

任务三 CIS导入与实施

步骤一 CIS导入时机的选择

步骤二 CIS手册的编制

步骤三 CIS的实施管理

项目五 公共关系沟通与传播

任务一 公共关系协调

.....

项目六 公共关系危机管理

附录 “公共关系”课程成绩汇总

主要参考文献

## 章节摘录

(二) 公共关系与庸俗关系的区别 庸俗关系就是平常所说的“拉关系”、“走后门”等庸俗的社会现象,它是一种非正常的、不健康的、庸俗化的人际关系。

由于公共关系引进我国的时间还不长,人们对公共关系的含义理解得不够准确,一些人认为公共关系就是关于“拉关系”、“走后门”的学问,这就是把公共关系误解成了庸俗关系。

公共关系和庸俗关系有着本质的区别,表现在以下几个方面。

1.两者产生的社会基础不同 公共关系是市场经济条件下的产物。

在激烈的市场竞争条件下,企业从对商品的竞争转向对公众的竞争,谁拥有公众,谁就能在竞争中取胜,而对公众的竞争实质上就是组织形象的竞争。

所以,一个社会组织要塑造良好的形象,构建良好的公共关系已成为其赖以生存和发展的必要前提;而庸俗关系则是生产力低下、卖方市场和经济落后的表现。

当经济落后、商品数量短缺时,即使劣质产品和服务往往也供不应求,公共关系对于组织还没有成为需要;同时,人们的活动范围也局限狭小,局限于固定的地域,从而使社会关系具有浓厚的宗族关系、地域关系的性质,人们习惯于生活在熟人社会中,并对外人产生排他性,局外人想从这个关系网中分享一份利益,获得某些商品或服务,就必须与其中的某个人建立关系,“拉关系”、“走后门”的根源就在于此。

2.两者代表的利益不同 公共关系将组织利益和公众利益有机地结合在一起。

公共关系所追求的是组织在公众心目中的良好形象,强调通过组织的政策、行动来赢得公众的理解和支持。

任何一个组织,只有在组织利益和公众利益相互协调、互利互惠的前提下才能得到发展,因此公共关系下的组织利益和公众利益是一致的。

而庸俗关系背离广大公众的利益,所追求的是小团体特别是个人的私利,甚至为了一时的既得利益,不惜损人利己、损公肥私,危害社会和公众的利益。

3.两者的手段不同 公共关系活动以事实为基础,利用大众传播媒介,通过双向信息交流,协调组织与公众的关系,以取得公众对组织的了解和支持,因此公共关系人员光明正大地采用公开的、合法的、符合社会道德准则的手段来塑造组织的良好形象,实现组织与公众的共同利益。

而庸俗关系为逃避公众舆论的谴责和法律的制裁,总是采取隐蔽的、不正当的、不合法的手段进行私下交易,通过投机钻营以达到不可告人的目的,如行贿受贿、徇私舞弊等,因此被形象地称为“走后门”。

4.两者的性质不同 公共关系作为一种状态是客观存在的,作为一种活动是组织与公众之间的必要沟通,它对于组织的生存和发展具有重要意义,因此,公共关系已成为现代组织应予重视、研究和应用的一门新兴管理学;而庸俗关系则是一种不正之风,它损害了国家和集体的利益,我们应借纠正党风、反腐倡廉之机,对其进行坚决抵制。

.....

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>