

<<公共关系写作教程>>

图书基本信息

书名：<<公共关系写作教程>>

13位ISBN编号：9787309037821

10位ISBN编号：7309037820

出版时间：2003-11-01

出版时间：复旦大学出版社

作者：叶茂康

页数：408

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>

<<公共关系写作教程>>

前言

叶茂康先生的《公共关系写作教程》已告付梓。

作为好友，我在表示祝贺之余，亦有一些感想，就此写下，权作序言。

中国现代公共关系的发展，迄今已走过了二十多年的历程。

大约从20世纪90年代初期开始，我们的一些学者开始对中国公共关系的理论研究进行梳理，于是就有了公共关系的“形象说”、“传播说”、“协调说”等各种观点。

1994年11月，我在当时《公共关系报》组织的“关于公共关系学核心概念的讨论”专版上撰文谈到这一问题。

我提到，国外公共关系发展了一百多年，对公共关系的定义有数百种之多，却一直未见整合出相对统一的几大说，至今仍是处在百家争鸣之中。

为此，我建议：我们能否换一种视角，以开放式研究来开阔自己的思路，如对已有的中外公共关系定义中最常出现一些关键词进行频率统计，从中求得共识。

这一建议，亦得到了不少朋友的呼应。

<<公共关系写作教程>>

内容概要

本书是作者对多年来所参与的类型各异的公关实践活动的经验理论总结。

浏览全书，不难看出，作者对各种文案的写作技巧的介绍和阐述，渗透着作者本人对公共关系之道的思考和领悟。

这就使得本教材与一些同类出版物相比，既有着更高的境界和更开阔的视野，又有着很强的操作层面上的实际指导意义。

本教材所涉及的工作范畴和所选入的范文，也证明了这一点。

本教材中的一百多则范文，凝聚着一批公共关系专业人士（包括作者）多年实践的心血，不仅文字较为规范，所表现的内容亦有不少可圈点之外，确实值得初学公共关系写作者参考。

<<公共关系写作教程>>

作者简介

叶茂康，上海师范大学副教授，现任国家职业资格工作委员会公共关系专业委员会委员，中国国际公共关系协会理事、学术工作委员会委员，兼任《公关世界》编委及数家企业和公共机构顾问，著有《环球：专业公共之路》一书，并系《公关员职业培训与鉴定教材》、《公关员职业技

<<公共关系写作教程>>

书籍目录

导论 一、什么是公关写作 二、我们为什么要学习公关写作 三、我们怎样学习公关写作 四、关于本书体例

第一篇 沟通协调类文案的写作 一、本篇概说 二、通知 三、请柬和邀请函 (一)请柬 (二)邀请函 四、公函和介绍信 (一)公函 (二)介绍信 五、公关致词和演说稿 (一)公关致词 (二)演说稿 六、会议纪要和备忘录 (一)会议纪要 (二)备忘录

第二篇 信息传播类文案的写作 上篇 各类新闻稿的写作 一、目标的确立和媒介的研究 二、一般新闻(消息)稿 (一)新闻要素:6个“W”还是8个“W” (二)新闻(g)稿的基本结构和撰写方法 三、新闻通讯及特写稿 (一)新闻通讯及特写的类型 (二)新闻通讯及特写的写作要点 四、人物专访稿 下篇 其他传播类文案的写作 一、宣传网页文案 二、对外宣传册文案 三、专题宣传片脚本

第三篇 调查评估类文案的写作 一、把握工作范围 (一)公共关系调查 (二)公共关系评估 二、调查方案 (一)调查总体方案 (二)调查实施方案 三、调查问卷 (一)调查问卷的基本要素 (二)调查问卷的设计原则 四、调查报告 (一)调查报告撰写的准备工作 (二)调查报告的结构和写作要领 五、公关评估报告 (一)评估报告撰写的准备工作 (二)评估报告的结构和写作方法

第四篇 专题活动类文案的写作 一、确立基本概念 二、专题活动策划书 (一)精心策划:文案撰写的根本前提 (二)规范格式:文案撰写的技术处理 (三)完整合理:文案撰写的整体要求 三、专题活动实施方案 四、专题活动其他应用文案 (一)活动串联词 (二)媒介提问设计 (三)活动总结报告

第五篇 管理咨询类文案的写作 上篇 危机管理文案的撰写 一、重视危机管理 二、危机管理计划 (一)危机管理计划撰写的前期工作 (二)危机管理计划的要素和撰写要领 三、危机管理其他文案 (一)危机信息和危机事件报告书 (二)公告和对外声明 (三)危机事务交涉函 四、危机管理手册 下篇 组织形象设计和咨询文案的撰写 一、组织形象设计和咨询及相关文案 (一)组织形象设计和咨询的一般概念 (二)组织形象设计和咨询的相关文案 二、理念识别系统文本 (一)阐明理念识别系统的意义和作用 (二)说明理念识别系统设计的基本依据 (三)介绍理念识别系统设计遵循的原则 (四)理念识别系统各要素的设计和阐述 三、员工行为规范 (一)员工行为规范的写作要求 (二)员工行为规范的结构和写作方法 四、组织 CIS宣言 五、组织形象咨询报告 (一)组织形象咨询报告的类型 (二)组织形象咨询报告的结构和写作要领 后记

<<公共关系写作教程>>

章节摘录

(3) 由某一看似不相干的话题突然切入，激发人们的好奇心理。

这种方式一般用于某些现场秩序可能不是太好的场合。

有的时候，或是人们对演说内容本来就兴趣不大，仅仅因为其他原因而坐在那里，或是前面几位演说者过于冗长的演说已使听众感到不耐烦，结果便三三两两地私下交谈起来，致使现场秩序不是太好。

在这种情况下，如果演说者的开场白直奔主题，可能引不起听众的注意。

反之，如果演说者一开口所说的话题与演说内容毫不相干，倒有可能激发听众的好奇心。

他们不明白演说者为什么突然扯出这一话题，从而有了认真听下去的兴趣。

当然，采用这一方式，必须注意两点：一是选择切人的这一话题确实能给人以新鲜感；二是这一话题看似与演说内容不相干，其实却有某种内在联系，可以很巧妙地转入原定的演说内容。

否则，反容易引起听众的反感。

(4) 抓住现场情境，即兴发挥，适当调侃，活跃气氛。

这种方式一般用于演说者与现场听众存在某种心理距离的场合。

由于这一心理距离的存在，有可能使听众在潜意识中对演说的内容有所戒备乃至对立，从而直接影响演说的实际效果。

在这种情况下，如果演说者一上来能抓住现场情境适当调侃一下，能有效地活跃现场气氛，缩短自己与听众的心理距离。

如此，后面的演说内容就有可能比较容易为听众所接受。

以上四种开场白方式，很难简单地判断说哪一种最好，关键还在于演说者根据不同的情况和条件进行最佳选择。

有时甚至可以把其中某些方式结合起来加以运用。

另外要强调的是：开场白虽然应该事先写好，但演说者却不应过于墨守成规，而应根据现场情境有所调整和发挥，以取得理想效果。

.....

<<公共关系写作教程>>

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>