

<<公共关系教程>>

图书基本信息

书名：<<公共关系教程>>

13位ISBN编号：9787505827837

10位ISBN编号：7505827839

出版时间：2002-8-1

出版时间：经济科学出版社

作者：栗玉香

页数：419

字数：330000

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>

## <<公共关系教程>>

### 内容概要

本书根据财政部“十五”教材建设规划的要求，由财政部教材编审委员会组织编写，作为全国高职高专院校财经类专业教材。

本书具有三个方面的显著特点：（1）注重实用，内容新颖。

全书突出本层次特点，理论以够用为度，注重应用型、复合型及外向型人才的培养目标，注重学生实际应用能力的培养。

（2）结构严谨，逻辑性强。

本书在体系建构上，既保证了该学科的基本体系的科学性、系统性，双注重体现本层次的特点，结构严谨，简明扼要。

（3）可读性、可操作性强。

全书理论阐述深入浅出，图文并茂，内容丰富，生动活泼，富有可读性和吸引力，使人读来不感乏味而受到睿智的启迪。

本书包含了本学科应有的基本知识和基本理论，既有公共关系的宏观、微观理论，又有公共关系历史方面的理论，既有公关主体、客体及媒介三大基本要素的内容，也有公关机构、从业人员公关活动方法的内容。

书籍目录

第一章 导言 第一节 公共关系的基本概念 第二节 公共关系的历史发展 第三节 公共关系学的研究对象及内容第二章 公共关系的职能与原则 第一节 公共关系的职能 第二节 公共关系的原则第三章 公共关系的三大要素 第一节 公共关系的主体——社会组织 第二节 公共关系的客体——公众 第三节 公共关系的媒介——传播第四章 公共关系的工作程序 第一节 公共关系调查 第二节 公共关系策划 第三节 公共关系方案实施 第四节 公共关系效果评估第五章 组织形象与形象设计 第一节 组织形象分析 第二节 组织形象设计 第三节 CI战略第六章 公众关系处理 第一节 内部公众关系处理 第二节 外部公众关系处理 第三节 公众纠纷处理第七章 公共关系宣传 第一节 公共关系新闻宣传 第二节 公共关系广告 第三节 其他公共关系宣传方式第八章 公关谈判与国际公关 第一节 公关谈判 第二节 国际公关第九章 专题公共关系活动 第一节 专题公关概述 第二节 专题公关实施技巧举要第十章 公共关系危机处理 第一节 公共关系危机概述 第二节 公共关系危机处理 第三节 公共关系危机危机预防第十一章 公关语言与礼仪第十二章 公关交际与自我推销艺术参考文献

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>