第一图书网, tushu007.com

<<公共关系学>>

图书基本信息

书名：<<公共关系学>>

13位ISBN编号：9787514108057

10位ISBN编号：751410805X

出版时间：2011-8

出版时间：经济科学

作者：李道平

页数：444

字数：570000

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

第一图书网, tushu007.com

<<公共关系学>>

内容概要

由李道平编著的《公共关系学》是面向高等教育推出的新一代的公共关系学教材。
内容包括：公共关系基本理论、公共关系历史、公共关系组织与人员、公共关系工作对象、公共关系三大工作目标、社会组织形象塑造、公共关系沟通管理、公共关系协调等。

《公共关系学》有六大特点：构建了一个崭新的公共关系学科体系；几个重要的学术流派首次融合；全书内容有很多创新；著名作者联手撰稿；理论与实用并重；体例规范、完整，并有新的形式。

主要供各类高校、党校、行政学院、经济与管理学校作为教材使用，也适合广大读者自学。

《公共关系学》出版以来，已被北京大学、清华大学等上百所高校选用，被数百部专著和教材列入参考书目，被上千篇文章推荐，被《公关世界》杂志评为2000年度“ 中国公共关系十大重要事件 ”之一。

《公共关系学》第四版在公共关系基本理论、公共关系工作方法和案例等方面，又有新的更精彩的内容。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

李道平，安徽出版集团编审，中国国际公共关系协会学术委员会顾问、中国公共关系协会专家委员会副主任、劳动部国家职业资格工作委员会公共关系专业委员会委员、人事部中国高级公务员培训中心政府公共关系专家委员会委员。
1986年开始研究公共关系学并编辑公共关系类图书，理论上将“社会组织与公众协调”作为公共关系学的核心概念，公共关系“协调学派”倡导者，有《公共关系协调原理与实务》、《公共关系策划》等著作出版，其组织编辑的大学教材《公共关系学》、《公共关系案例》数次被评为“全国优秀畅销书”，有广泛影响。

第一图书网, tushu007.com

<<公共关系学>>

书籍目录

第一章　公共关系的基本理论
　第一节　公共关系的含义
　第二节　公共关系的构造要素、形成原因与条件
　第三节　公共关系的基本属性
　第四节　公共关系的功能与地位
　第五节　公共关系学的范畴与体系
　【案例1—1】　珠海重奖科学家
　【案例1—2】　上海申博办申请2010年世界博览会
第二章　公共关系的产生与发展
　第一节　公共关系的起源
　第二节　现代公共关系的发展与特征
　第三节　公共关系在中国
　第四节　公共关系的发展趋势
　【案例2—1】　子产不毁乡校
　【案例2—2】　第29届奥运会会徽发布
第三章　公共关系主体、机构及人员
　第一节　公共关系主体
　第二节　公共关系机构
　第三节　公共关系人员
　第四节　公共关系礼仪
　第五节　公共关系职业道德
　【案例3一l】　“炉边谈话”见奇效
　【案例3—2】　交警心态之变——全国首个交警公共关系科引发的思考
第四章　公共关系客体
　第一节　公众的含义和特征
　第二节　公众的分类
　第三节　公共关系工作主要对象
　【案例4—1】　何振梁诠释伦敦申奥疑团
　【案例4—2】　西门子“自动化之光”中国16城市巡展
第五章　公共关系的三大目标
　第一节　三大目标的内涵
　第二节　确定三大目标的意义
　第三节　三大目标的分解与量化确定
　【案例5—1】　粒粒瓜子寄深情“傻子”致信邓小平
　【案例5—2】　“小燕子”的一封信
第六章　社会组织的形象塑造
　第一节　组织形象的内涵与意义
　第二节　组织形象的定位与设计
　第三节　组织形象的建立与推广
　第四节　组织形象的巩固与矫正
　【案例6—1】　上海锦江饭店是世界上最好的宾馆之一
　【案例6—2】　太湖宝岛花园导入cIs
第七章　公共关系媒介与沟通管理
　第一节　口头传播媒介
　第二节　视觉传播媒介

第一图书网, tushu007.com

第三节　组织外部的大众传播媒介
第四节　组织设置的公众传播媒介
第五节　网络传播媒介
第六节　活动与媒介事件
第七节　传播与传播方式
第八节　公共关系的言语传播
第九节　公共关系新闻传播
第十节　公共关系广告传播
第十一节　整合传播管理
【案例7—1】　“请您欣赏一部彩色歌剧电影——中国的《罗密欧与朱丽叶》”
【案例7—2】　大亚湾不是切尔诺贝利
第八章　社会组织与公众的协调
第一节　公共关系协调的意义、原则、内容与方法
第二节　组织内部公共关系的协调
第三节　组织外部公共关系的协调
第四节　不同社会组织的公共关系协调
第五节　危机处理
【案例8—1】　不同方法，不同结果
【案例8—2】　“我只想谈一点历史”
【案例8—3】　35次紧急电话
第九章　公共关系调查
第一节　公共关系调查的作用
第二节　公共关系调查的内容范围
第三节　公共关系调查的一般程序
第四节　公共关系调查的基本方法
【案例9—1】　“先搞清这些问题，然后开始你们的公共关系工作”
【案例9—2】　中国公共关系业年度调查报告
【案例9—3】　兰州市八大商场服务质量及公共关系形象调查问卷
【案例9—4】　桂格公司的调查问卷
第十章　公共关系策划
第一节　公共关系策划的作用和原则
第二节　公共关系策划的基本要素
第三节　公共关系策划的创意技法
第四节　公共关系策划方案的价值与构成
【案例10—1】　中美“乒乓外交”
【案例10—2】　求新求异结硕果
【案例10—3】　奥运官方电影开机仪式
第十一章　公共关系实施
第一节　公共关系实施的特点与原则
第二节　公共关系实施的方案设计
第三节　公共关系实施的准备
第四节　公共关系实施管理方法
【案例11—1】　“转给你看”
【案例11—2】　精工表公关巧实施奥运会扬名效果佳
第十二章　公共关系评估
第一节　公共关系评估及其作用
第二节　评估人与评估标准

第一图书网, tushu007.com

第三节　评估的程序、步骤与内容
第四节　公共关系评估报告
【案例12—1】　一名乘客的航班该不该飞
【案例12—2】　巧借年会扬美名
参考文献
后记

第一图书网, tushu007.com

<<公共关系学>>

编辑推荐

公共关系学是随着我国改革开放的需要，社会的进步，经济的发展，形成的一门新兴的应用性很强的学科，是社会组织为了在公众中树立良好形象，运用传播、沟通媒介和手段，与其公众结成的利益一致的社会关系。
由李道平编著的《《公共关系学》是面向高等教育推出的新一代的公共关系学教材。
内容包括：公共关系基本理论、公共关系历史、公共关系组织与人员、公共关系工作对象、公共关系三大工作目标、社会组织形象塑造、公共关系沟通管理、公共关系协调等。

第一图书网, tushu007.com

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