

<<公共关系学>>

图书基本信息

书名：<<公共关系学>>

13位ISBN编号：9787564301590

10位ISBN编号：7564301597

出版时间：2010-8

出版时间：西南交通大学出版社

作者：余禾 编

页数：310

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>

## <<公共关系学>>

### 内容概要

进入21世纪，伴随着中国社会和经济的发展，公共关系成为一个迅速增长的“朝阳产业”。中国公共关系协会发布的年度行业调查报告显示，2004年度我国公共关系专业服务市场年营业额为45亿元人民币，2005年为60亿元人民币，2006年达到80亿元人民币，2007年为108亿元人民币，2008年则超过140亿元人民币，连续几年平均增速都在30%左右。2009年尽管受到全球金融危机影响，中国的公关服务仍然增长20%，全行业营业额约为168亿元人民币。而随着经济的回暖，预计2010年整个行业增长率会超过2009年。透过这些数据，我们看到了公共关系在中国社会经济中越来越突显的重要性，也看到了企业、政府及NGO组织对于公共关系的重视，更看到了中国公共关系行业面临的新的机遇和挑战。

## &lt;&lt;公共关系学&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 绪论第一节 公共关系的基本概念第二节 公共关系的辨析第三节 公共关系的基本范畴与研究框架本章小结案例分析复习讨论题实践活动第二章 公共关系的产生与发展第一节 公共关系的产生第二节 公共关系的发展第三节 新世纪公共关系面临的挑战本章小结案例分析复习讨论题实践活动第三章 公共关系的职能与原则第一节 公共关系的职能第二节 公共关系的原则本章小结案例分析复习讨论题实践活动第四章 公共关系的主体：社会组织第一节 社会组织第二节 组织内部的公共关系部门第三节 组织外部的公共关系公司本章小结案例分析复习讨论题实践活动第五章 公共关系的客体：公众第一节 公众及其分类第二节 公众心理分析第三节 公众关系处理本章小结案例分析复习讨论题实践活动第六章 公共关系的手段：传播第一节 传播概述第二节 公共关系传播的类型第三节 网络公关本章小结案例分析复习讨论题实践活动第七章 公共关系的工作程序第一节 公关调研第二节 公关策划第三节 公共关系实施第四节 公共关系评估本章小结案例分析复习讨论题实践活动第八章 公共关系专题活动第一节 新闻发布会第二节 展览会第三节 社会赞助第四节 庆典活动第五节 开放组织第六节 举办会议本章小结案例分析复习讨论题实践活动第九章 危机公关第一节 公关危机与危机公关第二节 公关危机的预防第三节 危机的处理第四节 危机后的形象重建本章小结案例分析复习讨论题实践活动第十章 公共关系从业人员与从业规范第一节 公关从业人员的角色规范第二节 公关从业人员的素质规范第三节 公关从业人员的职业道德与能力规范第四节 公关从业人员的礼仪规范第五节 公关从业人员的培养与考评本章小结案例分析复习讨论题实践活动参考文献

## 章节摘录

这条特别详尽的定义是哈罗博士受美国公共关系教育基金会的委托，研究分析了472个不同的公共关系定义以后提出来的。

它比较详细地说明了公共关系的主要功能和作用，使大家看了以后便明白公共关系是做什么的。

美国学者卡特利普和森特（Scott M.Cutlip & Ailen H.Center）认为：“公共关系是这样一种管理功能：它确定、建立和维持一个组织与决定其成败的各类公众之间的互益关系。

”我国学者王乐夫先生认为：“公共关系是一种内求团结、外求发展的经营管理艺术。

它运用合理的原则和方法，通过有计划而持久的努力，协调和改善组织机构的对内对外关系，使本组织机构的各项政策和活动符合广大公众的需求，在公众中树立起良好形象，以谋求公众对本组织机构的了解、信任、好感和合作，并获得共同利益。

”（二）传播沟通说 英国著名公关学者弗兰克·杰夫金斯（Frank Jerkins）认为：

公共关系就是一个组织为了达到与它的公众之间相互了解的确定目标，而有计划地采用一切向内和向外的传播沟通方式的总和。

“《大英百科全书》的定义：公共关系是旨在传递关于个人、公司、政府机构或者其他组织的信息，以改善公众对他们的态度的政策和活动。

我国居延安等学者认为：公共关系是一个社会组织为了取得与其特定公众的双向沟通和精诚合作而进行的遵循一定行为规范和准则的传播活动。

毛经权主编的《公共关系学》中所下的定义：公共关系是一个组织运用传播手段，在组织与社会公众之间建立相互了解和信赖关系，并通过双向的信息交流，在社会公众中树立起良好的形象和声誉，以取得理解、支持与合作，从而有利于促进组织本身目标的实现。

（三）传播管理说 “传播管理说”这类定义将管理说和传播说结合起来，强调公共关系是组织一种特定的传播管理行为和职能。

当代美国公共关系学术权威，马里兰大学的詹姆斯·格鲁尼格教授（James E.Grunig, Ph.D.）认为：“公共关系是一个组织与其相关公众之间的传播管理。

”（四）组织形象说 这类定义从塑造形象的角度揭示公共关系的本质属性，强调公共关系的宗旨是为组织塑造良好的形象。

中国社会科学研究所明安香在《塑造形象的艺术——公共关系学概论》一书中给公共关系下的定义：所谓公共关系就是一个企业或社会组织，为了增进内部及社会公众的信任与支持，为自身事业发展创造最佳的社会环境，在分析和处理自身面临的内部、外部各项关系时，采取的一系列政策与行动。

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>