

<<实用公共关系学>>

图书基本信息

书名：<<实用公共关系学>>

13位ISBN编号：9787801816993

10位ISBN编号：7801816994

出版时间：2007-5

出版时间：中国对外经济贸易

作者：吕维霞

页数：197

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>

## <<实用公共关系学>>

### 前言

公共管理学要回答什么问题、研究什么问题、解决什么问题，也就是学科的准确定位是什么，一直到现在我国学界还存在着争论。

但是随着我国社会转型的渐次深入，包括政府自身改革在内的各个方面改革的大力推进，公共管理学要回答、研究和解决的问题，越来越明确地展现在人们面前。

我们认为公共管理学科的准确定位问题现在已经到了可以、并且应该在学界和实践界达成一个基本共识的时候了。

对于这个问题，在一篇序言里，我们无法展开充分地讨论，但是有一点在这里是非常值得一提的，即作为一个英语语汇的“Public Administration”是如何在中国学界被演绎成诸如“行政学”、“行政管理学”、“公共行政学”、“公共管理学”的？

本来，英语语汇“Public Administration”本身并不会在英语国家发生歧义，但是，这样的歧义在汉语界还是发生了。

原因究竟何在？

是翻译上的原因还是理解上的原因？

我们认为，对这一困惑的回答必须、也只能从学科本身的发展之中找原因。

人们首先应该注意到的是，作为一个学科而发生和存在的“Public Administration”，即使在当今的英语国家在内涵和外延上与一百多年前相比也发生了显著的变化。

在一百多年前的威尔逊和古德诺时代，当人们谈论这个语汇的时候，恐怕只会想到政府管理，甚至是更狭义的行政机关的管理。

但是现在，当人们再谈论这个语汇的时候，就不仅仅在讨论行政机关的管理或者政府管理，而且会将讨论的视角投射到一个非常广阔的领域，这个领域包含了除私人事物之外的所有事物，这些事物我们统称为“公共事物”。

## <<实用公共关系学>>

### 内容概要

《对外经济贸易大学公共管理系列教材：实用公共关系学》公共管理学要回答什么问题、研究什么问题、解决什么问题，也就是学科的准确定位是什么，一直到现在我国学界还存在着争论。但是随着我国社会转型的渐次深入，包括政府自身改革在内的各个方面改革的大力推进，公共管理学要回答、研究和解决的问题，越来越明确地展现在人们面前。我们认为公共管理学科的准确定位问题现在已经到了可以、并且应该在学界和实践界达成一个基本共识的时候了。

## <<实用公共关系学>>

### 书籍目录

第一章 公共关系学概论第一节 公共关系概念第二节 公共关系的几层含义第三节 公共关系的产生和发展本章小结关键术语复习思考题第二章 公共关系的基本原则和功能第一节 公共关系的基本原则第二节 公共关系的功能本章小结关键术语复习思考题第三章 公共关系传播理论与实务第一节 传播的含义和基本要素第二节 影响传播的因素j：第三节 几种主要的传播模式，公共关系传播的方式与作用本章小结关键术语复习思考题第四章 公共关系的一般工作过程第一节 公共关系调查第二节 公共关系策划第三节 公共关系活动的实施和评估本章小结关键术语复习思考题第五章 组织形象管理第一节 组织形象是知名度与美誉度的统第二节 组织形象塑造的重要手段本章小结关键术语复习思考题第六章 公共关系组织机构和人员第一节 公共关系公司第二节 公共关系部门第三节 公共关系社团第四节 公共关系人员本章小结关键术语复习思考题第七章 部门公共关系第一节 生产性企业的公共关系第二节 服务性企业的公共关系第三节 政府公共关系第四节 非营利性组织的公共关系本章小结关键术语复习思考题第八章 公共关系客体分析第一节 公众的含义、特征和分类第二节 对内部公众的公关策略分析第三节 对顾客公众的公关策略分析第四节 对媒介公众的公关策略分析第五节 对政府公众的公关策略分析第六节 对社区公众的公关策略分析第七节 对名流公众的公关策略分析第八节 对国际公众的公关策略分析第九节 对竞争对手的公关策略分析本章小结关键术语复习思考题第九章 公共关系危机的预防和处理第一节 公共关系危机的特点及原因第二节 公共关系危机的预防和处理本章小结关键术语复习思考题第十章 公共关系专题活动第一节 公共关系专题活动及其作用第二节 开放组织第三节 制造新闻事件第四节 新闻发布会第五节 公共关系广告第六节 展览、展销活动第七节 社会赞助活动第八节 游说活动本章小结关键术语复习思考题参考文献

## &lt;&lt;实用公共关系学&gt;&gt;

## 章节摘录

《公共关系管理》一书的作者，美国公共关系学研究权威卡特李普和森特认为：“公共关系是以相互满意的双向传播为基础，以好名声和负责任的行为影响舆论的有计划的努力。

”卡特李普和森特的这个定义，强调了公共关系活动必须以双向传播为基础。

但是，这个定义却忽略了公共关系是现代组织管理的一个独立的职能这样一种本质特征。

1976年，美国公共关系研究与教育基金会组织了一次有65位公共关系权威人士参加的研究活动，试图通过对472个公共关系定义的分析，寻找到一个能够被普遍接受的定义。

经过研究，他们提出了这样一个定义：公共关系是一种独特的管理职能，它协助建立与维持一个组织与其公众之间的相互传播、了解、接受与合作的渠道；参与问题与纠纷的处理，协助管理当局了解民意，并对之作出反应；解释及强调管理当局为公众利益而服务的责任；协助管理当局顺应并有效地利用变化着的环境，担当早期预警系统的角色，协助预测未来趋势，并以研究工作及合乎道德的正确的沟通技术为其主要工具。

这个定义是目前有关公共关系定义中最完整且最全面的，它指出了公共关系就是组织与大众的沟通过程，强调公共关系的管理职能，涉及了现代公共关系的三个基本原则。

1978年8月8日至10日，在墨西哥城召开的世界公关协会大会上通过了如下定义“公共关系的实施是分析趋势，预测后果，向组织领导人提供咨询意见，并履行一系列有计划的行动以服务于本组织和公众共同利益的艺术和社会科学。

”由以上列举的公共关系的定义可以看出，尽管公共关系作为一种职业活动已有百年的历史，作为一门学科也有近80年的历史，但时至今日，人们很难找出一个能够被所有人认同的科学定义来。

这至少说明，公共关系作为一门新兴学科，尚处在其发展的“幼年”时代。

即便如此，在不同的学者对公共关系定义的不同界定中，人们也不难发现其中的一些趋同之处。

.....

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>