

<<现代公关礼仪>>

图书基本信息

书名：<<现代公关礼仪>>

13位ISBN编号：9787802074477

10位ISBN编号：7802074479

出版时间：2006-1

出版时间：经济管理出版社

作者：张岩松

页数：283

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>

## <<现代公关礼仪>>

### 内容概要

本书将以全新的思维方式和现代意识，培养并强化你的公关意识，使你自然而然地由注重组织形象进而注重个人形象，提高自身素质；她将培养你尊重他人的观念，这将使你时刻受到他人的尊重；她将强调真情的沟通，这将使你身边的矛盾逐一化解；她不仅向你传授公共关系和礼仪知识，而且还有助于提高你的组织领导能力、创新能力、社交能力、表达能力、控制能力、应变能力和实际操作能力；她将传授给你许多工作技巧与方式方法，诸如谈判策略、演讲艺术、专题活动组织、公众关系处理等，都将给你有益的启迪，使你的工作事半功倍，事业兴旺发达。

本书可作为各类高等学校提高大学生公关基本素质的教材和训练用书，她还是公共关系人员、市场营销人员、商业服务人员等各界人士了解公共关系礼仪，提高自身素养，增强公关意识的实用手册。

## <<现代公关礼仪>>

### 书籍目录

第一章 公共关系概述 第一节 公共关系的涵义 第二节 公共关系的构成要素 第三节 公共关系职能与工作程序 第四节 公关基本观念和工作原则第二章 公关礼仪基础 第一节 礼仪概述 第二节 公关礼仪 第三节 礼仪与公关礼仪的关系第三章 公关人员礼仪 第一节 公关人员的礼仪形象 第二节 公关人员的职业素养 第三节 公关人员的礼仪修养第四章 公关日常礼仪 第一节 见面的礼节 第二节 电话的礼节 第三节 馈赠的礼节 第四节 探访接待礼节 第五节 交谈的礼节 第六节 办公室的礼节第五章 公关活动礼仪 第一节 公关专题活动概述 第二节 专题会议的礼仪 第三节 宴会与舞会的礼仪 第四节 仪式活动的礼仪 第五节 公关推销的礼仪第六章 公关文书礼仪 第一节 往来信函 第二节 公关柬帖 第三节 礼仪致辞第七章 公众关系礼仪 第一节 内部公众关系 第二节 外部公众关系 第三节 公众异议处理第八章 公关谈判艺术 第一节 公关谈判概述 第二节 公关谈判策略 第三节 公关谈判技巧 第四节 主要国家谈判风格第九章 公关演讲艺术 第一节 演讲的基本概念 第二节 演讲稿的设计 第三节 演讲的演练 第四节 演讲的技巧第十章 国际公关礼仪 第一节 国际公关礼仪概述 第二节 国际公关交往中的基本礼节 第三节 世界主要国家的礼俗风情参考文献

## 章节摘录

书摘二、公共关系的工作程序 公共关系工作的目标是要在公众中树立良好的组织形象。为此，公共关系工作、尤其是企业的公共关系工作必须有周密的计划，必须制定基本的步骤，遵循一定的程序。

虽说组织公共关系活动的形式千差万别，而且是一项不停歇的事业，但公共关系工作大体上可以分为四个阶段，即调查研究、公关策划、组织实施和评估效果。

这四个阶段构成一个完整的公共关系工作程序。

1. 调查研究 调查研究是公共关系工作程序中一项重要的基础工作。

此阶段的工作主要是为了了解并掌握与组织各项行为和政策的认识、观点、态度和行为，了解事实真相，掌握第一手资料，为有的放矢地开展公关工作奠定基础。

2. 公关策划 所谓“公关策划”，就是公共关系人员根据组织形象的现状和目标要求，分析现有条件、设计最佳行动方案的过程。

公共关系工作的第二步是根据现存问题和差距确定组织的公共关系目标，并据此设计公共关系活动的主题，然后，通过分析组织内外的人、财、物等具体条件，提出若干可行的活动方案，并对这些活动方案进行比较、择优，最后确定出能够达到公关目标要求的最适当、最有效的活动方案。

公共关系策划是公共关系工作中的重要环节，它可以增强组织形象管理的目的性、计划性和有效性。

3. 组织实施 公共关系策划方案一经制定，一系列的传播活动就开始出台了。

要及时、准确、充分地把信息传递给公众，包括向所有可能受到影响和能够提供重要支持的人解释和宣传所选定的方案。

这是因为：这一环节乃是组织与公众之间交换意见、看法、态度甚至情感的过程，是组织与公众进行沟通以期达到相互理解、相互支持和争取舆论配合的过程。

评估效果是公共关系工作程序的最后一个阶段，它是对整个过程的全面总结。

此阶段的工作是确定公共关系活动的结果，对具体公关计划贯彻与实施的效果进行评估，并通过对公关工作过程的总结为下一阶段的公关工作计划的制定提供翔实的资料。

在公共关系工作程序中，以上四个阶段组成一个有机的整体，它们相互联系、不可分割。

这是因为：没有调查研究就没有制定计划的依据；没有计划的制定就没有信息传播的内容；没有效果评估就不可能掌握公关工作的具体成效，就无法进行下一步的公关工作。

P13-14

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>