

<<公共关系理论与实务>>

图书基本信息

书名：<<公共关系理论与实务>>

13位ISBN编号：9787810828932

10位ISBN编号：7810828932

出版时间：2007-1

出版时间：清华大学出版社,北京交通大学出版社

作者：编者：魏翠芬,王连廷

页数：288

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>

<<公共关系理论与实务>>

内容概要

公共关系既是一门科学，又是一门艺术，它的核心内容是组织形象的塑造，运用的手段是各种传播媒介与沟通技巧，采取的形式是多种多样的活动方式，最终目的是树立组织的良好形象，赢得公众的信赖与支持，从而实现组织的预定目标。

本书共分为三部分：第1篇，公共关系理论；第2篇，公共关系实务；第3篇，选学内容。其中，公共关系理论部分包括第1~5章，着重分析公共关系的含义、原则与职能，公共关系的主体、客体与中介，该部分是公共关系活动的理论基础；公共关系实务部分包括第6~11章，详尽介绍了公共关系的工作程序、组织形象的塑造、公众关系的处理、公共关系广告与宣传、公共关系专题活动及公共关系的危机处理，该部分是公共关系活动的主要内容；选学内容包括第12~15章，内容有CS战略与品牌建设、公共关系礼仪、公共关系谈判及国际公共关系，也是公共关系学科内容的组成部分，可根据需要选择学习。

<<公共关系理论与实务>>

书籍目录

第1篇 公共关系理论 第1章 公共关系概述 1.1 公共关系的定义及构成要素 1.2 公共关系学的研究对象及科学界定 1.3 现代公共关系的产生和发展 本章小结 关键概念 复习思考题 案例分析 实训练习 第2章 公共关系的职能和原则 2.1 公共关系的基本职能 2.2 公共关系的基本原则 本章小结 关键概念 复习思考题 案例分析 实训练习 第3章 公共关系的主体——社会组织 第4章 公共关系的客体——公众 第5章 公共关系的媒介——信息的传播与沟通第2篇 公共关系实务 第6章 公共关系工作程序 第7章 组织形象塑造 第8章 公众关系处理 第9章 公共关系广告与宣传 第10章 公共关系专题活动 第11章 公共关系危机处理第3篇 选学内容 第12章 CS战略与品牌建设 第13章 公共关系礼仪 第14章 公共关系谈判 第15章 国际公共关系参考文献

<<公共关系理论与实务>>

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>