

<<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：9787811174243

10位ISBN编号：7811174243

出版时间：2008-2

出版时间：中国农业大学出版社

作者：舒永久

页数：308

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>>

前言

公共关系作为一种新兴的职业、一门新兴的学科，于20世纪初发端于美国。

公共关系学是当今科学高度发展的产物，它综合了新闻学、传播学、经济学、管理学、社会学、心理学、人际关系学、语言学、美学、信息论等现代科学知识，是现代空前复杂的经济活动的延伸，是一门新兴的软管理科学，是当代管理学研究领域最活跃的实践性学科之一。

目前它在整个世界范围内受到了极为广泛的重视，并被广泛地应用于社会的各个领域。

企业、政府、学校、公益组织以及各种社团，纷纷展开各种公共关系活动，扩大社会影响，建树良好的公众形象，为组织的生存和发展营造良好的社会氛围。

随着我国改革开放的深入和社会主义市场经济的发展，公共关系于20世纪80年代初进入中国大陆，到20世纪90年代发展得比较成熟，经历了从沿海地区向内陆发展，从人们不认识、不熟悉到逐渐认识、熟悉，从怀疑到推崇，再从狂热到理性回归的不平凡历程。

我国改革开放以后从发达国家学习和研究公共关系学，众多公共关系专家和学者立志创建有中国特色的公共关系理论体系，既促进了公共关系学在我国的发展，又推动了改革开放和现代化建设事业。

首先，公共关系是一种观念或意识。

它作为一种现代文明的思想观念和市场竞争的形象战略更加引起社会的关注和广大公众的浓厚兴趣，正在为社会主义物质文明和精神文明建设发挥积极的作用，在实现党和国家全面建设小康社会的奋斗目标过程中将发挥极为重要的作用。

随着社会主义市场经济体制的建立，现代组织所处的社会环境越来越复杂，它们对组织顺利发展的影响力越来越大。

组织机构如何在复杂、活跃的经济活动和激烈竞争中立于不败之地，如何改善、协调社会组织的内外关系，建树组织良好的信誉和形象，使组织处于天时、地利，尤其是人和的发展环境中，公共关系显得越来越重要，并已成为现代组织的战略管理要素。

今天，各行各业开始注重形象管理，追求无形资产，企业文化、品牌形象、全员公关得到了史无前例的关注。

<<公共关系理论与实务>>

内容概要

《公共关系理论与实务》是针对高校的教学特点，并吸收当今国内外最新的公共关系理论和研究成果编写的。

其内容包括公共关系概述、构成要素、类型、工作程序、专题活动、公关危机管理、公共演讲与谈判等。

《公共关系理论与实务》可作为高等院校学生必修课或选修课教材，也可作为公共关系培训教材，并实用于企业管理人员和专职公关人员自学用书。

<<公共关系理论与实务>>

书籍目录

第一章 公共关系概述第一节 公共关系的概念第二节 作为一门学科的公共关系学第三节 公共关系的渊源、兴起与发展本章小结案例分析思考题第二章 公共关系的构成要素第一节 公共关系的主体——专职机构和专职人员第二节 公共关系的客体——社会（相关）公众第三节 公共关系的中介——传播媒介本章小结案例分析思考题第三章 公共关系的职能、作用和原则第一节 公共关系的职能第二节 公共关系的作用第三节 公共关系的基本原则本章小结案例分析思考题第四章 公共关系的类型第一节 行政部门公共关系第二节 对象公共关系第三节 功能性公共关系本章小结案例分析思考题第五章 公共关系工作程序第一节 公共关系调查第二节 公共关系策划第三节 公共关系实施第四节 公共关系评估本章小结案例分析思考题第六章 公共关系专题活动第一节 公共关系广告第二节 新闻发布会第三节 仪式庆典活动第四节 展览会第五节 开放参观活动第六节 赞助活动本章小结案例分析思考题第七章 公关危机管理第一节 公关危机与危机管理第二节 危机处理原则第三节 危机处理基本程序本章小结案例分析思考题第八章 公共演讲与谈判第一节 公共的语言艺术第二节 公关演讲第三节 公关谈判本章小结案例分析思考题第九章 公关文书写作第一节 公关文书的种类第二节 公关文书的写作特点、原则和要求第三节 常用公关文书的写作要求与技巧本章小结案例分析思考题第十章 公共关系礼仪第一节 中国古代礼仪概述第二节 现代公关礼仪本章小结案例分析思考题参考文献

章节摘录

第一章 公共关系概述 第一节 公共关系的概念 “公共关系”一词是“舶来品”，是英文“Public relations”的中文译称。

Public既可作形容词，译为“公共的”，即属于社会的，而不是个人的；又可作为名词，译为“公众”，即社会群体。

Relations中文译为“关系”，是公众、群体之间的关系，我们开展一个活动，推广某种产品是有特定对象的，而不是属于全社会的，因此，将“Public relations”翻译为“公众关系”更准确。

由于“公共关系”已广为流传，成为一个约定俗成的特定概念，人们就沿用了“公共关系”这个译法，“公共关系”简称“公关”，英文缩写为P·R。

一、公共关系的定义 自公共关系成为一门学科以来，人们对公共关系的定义就莫衷一是，这已经构成了公共关系理论研究的一个主要部分，了解和把握公共关系的这些基本概念，是我们学习和应用公共关系的基础。

.....

<<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>