

<<公共关系基础与实务>>

图书基本信息

书名：<<公共关系基础与实务>>

13位ISBN编号：9787030193308

10位ISBN编号：703019330X

出版时间：2007-9

出版时间：科学

作者：段文杰

页数：255

字数：394000

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>

<<公共关系基础与实务>>

内容概要

本书是中等职业教育规划教材。

本书以教学实际需要为前提，围绕公共关系意识的培养、公共关系能力的形成，从公共关系概述、公共关系职能、社会组织的内部公关、社会组织的外部公关、公共关系的工作程序、公共关系人员的素质、公共关系的沟通技巧、危机管理、公共关系专题活动等方面系统、全面地介绍了公共关系理论和实务的基础知识。

每章由典型案例导入，章末设有技能训练习题，通过实例、模拟训练来提高学生进行公共关系活动应急变通的能力。

本书除可作为公共关系课程教材外，也可作为机关、企业文秘人员岗位培训的教材，还可作为公关工作人员的参考读物。

<<公共关系基础与实务>>

书籍目录

前言第一章 公共关系概述 第一节 公共关系的定义 一、什么是公共关系 二、公共关系与人际关系 三、公共关系与庸俗关系 第二节 公共关系的要素 一、公共关系的主体要素——社会组织 二、公共关系的客体要素——公众 三、公共关系的中介要素——传播 第三节 公共关系的基本特征 一、对公共关系活动的正确认识 二、公共关系的基本特征 第四节 现代公共关系的兴起和发展 一、现代公共关系在美国的兴起 二、现代公共关系在中国的发展技能训练第二章 公共关系的职能 第一节 信息功能 一、公共关系信息的含义和作用 二、信息的分类 三、信息收集的内容 四、信息收集的原则和方法 第二节 宣传功能 一、公共关系宣传的含义和特点 二、公共关系宣传的方式 第三节 沟通协调功能 一、沟通协调的含义、作用 二、组织沟通协调的关系内容 三、沟通协调的类型 四、组织发展不同时期的沟通与协调任务 第四节 塑造形象功能 一、组织形象的含义和构成 二、形象的基本标志和特征 三、塑造组织形象的原则和方法 四、组织形象的塑造原则 第五节 咨询决策功能 一、公共关系对组织决策的作用 二、咨询建议的内容 三、咨询建议的形式技能训练第三章 组织内部的公共关系 第一节 员工关系 一、员工关系及其意义 二、处理员工关系的方法与技巧 第二节 股东的关系 一、股东关系的含义 二、如何建立良好的股东关系 第三节 团体关系 一、团体关系的含义 二、正确处理各团体之间的关系 三、非正式团体技能训练第四章 组织外部的公共关系 第一节 顾客关系 一、顾客关系及其意义 二、处理顾客关系的方法与技巧 第二节 媒介关系 一、媒介关系及其重要性 二、社会组织与媒介沟通的原则 三、如何同新闻界建立良好关系 第三节 社区关系 一、社区关系及其特点 二、社区关系的重要性 三、建立良好社区关系的原则与方法 第四节 政府关系 一、政府关系及其意义 二、处理政府关系的关键 三、社会组织与政府关系 第五节 其他关系 一、协作单位关系 二、竞争对手关系技能训练第五章 公共关系工作程序 第一节 公共关系的调查分析 一、公共关系调查的意义 二、公共关系调查的原则 三、公共关系调查的内容 四、常见的公共关系调查方法 第二节 公共关系的方案设计 一、公共关系方案设计的特征与原则 二、公共关系的方案设计程序 三、公共关系方案设计的基本格式 四、公共关系的经费预算 第三节 公共关系的传播实施 一、公共关系传播实施的原则及步骤 二、影响公共关系方案实施的因素 第四节 公共关系的效果评估 一、公共关系效果评估的意义及内容 二、公共关系效果评估的步骤 三、公共关系评估的方法技能训练第六章 公关人员的素质 第一节 公关人员的公关意识 一、塑造形象意识 二、服务公众意识 三、真诚互惠意识 四、传播沟通意识 五、创新求美意识 六、立足长远意识 七、危机管理意识 第二节 公关人员的形象 一、外部形象 二、内在素质 第三节 公关人员的基本能力 一、组织管理能力 二、协调沟通能力 三、社交能力 四、表达能力 五、应变能力 六、创新能力 七、收集和处理信息的能力 八、敏锐的观察能力技能训练第七章 公共关系沟通技巧 第一节 沟通概述 一、沟通的定义 二、沟通的两种方式 第二节 公共关系沟通 一、公共关系沟通的原则 二、公共关系沟通的障碍 第三节 公共关系沟通技巧 一、改进沟通的技巧 二、提高公关语言艺术性的主要方法技能训练第八章 危机管理 第一节 危机概述 一、危机的定义与特征 二、危机诱因及危机分类 第二节 危机管理概述 一、危机管理的定义 二、企业危机管理的作用 三、危机管理的原则 第三节 危机预防 一、危机意识的培养 二、危机管理计划的制订与培训 第四节 危机处理 一、危机处理的步骤 二、危机处理策略 三、危机处理的注意事项 四、危机沟通管理技能训练第九章 公共关系专题活动(上) 第一节 新闻发布会 一、新闻发布会的特点 二、新闻发布会的流程 三、新闻发布会的策划 四、主持人、发言人应注意的事项 五、新闻发布会后的工作 第二节 展览活动 一、展览活动的特征 二、展览活动的作用 三、展览活动的类型 四、展览活动的组织实施 第三节 庆典活动 一、庆典活动的作用 二、庆典活动的类型 三、庆典的策划 四、庆典的举行程序 第四节 开放参观 一、对外开放参观的作用 二、对外开放参观的活动组织及注意事项技能训练第十章 公共关系专题活动(下) 第一节 会议组织 一、会议的概念、要素 二、会议的种类及作用 三、

<<公共关系基础与实务>>

会前准备工作。

四、会议文件的准备 五、布置会场 第二节 联谊活动 一、座谈会 二、交际舞会
三、文艺演出及电影招待会 第三节 宴请 一、宴会的分类 二、宴请的组织 第四节 签字仪式技能训练附录一 中国印舞动的北京——2008年奥运会会徽发布及推广案例附录二 优秀员工造就最佳雇主——安捷伦科技评选最佳雇主案例附录三 健康 美丽 时尚——第五十三届世界小姐总决赛全案推广案例附录四 新闻手中行，彩信看巨变。
——中国移动诺基亚彩信手机新闻采访行动案例附录五 紧急启动化解危机——多美滋奶粉危机公关案例参考文献

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>