

<<现代礼仪与公共关系>>

图书基本信息

书名：<<现代礼仪与公共关系>>

13位ISBN编号：9787030194282

10位ISBN编号：7030194284

出版时间：2007-8

出版时间：科学

作者：邵凌霞 编

页数：327

字数：490000

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>

<<现代礼仪与公共关系>>

内容概要

本书分为上、下两篇。

上篇共有五章，主要是介绍礼仪引论、个人仪容仪表礼仪、现代社交礼仪、现代商务礼仪、涉外礼仪等现代礼仪方面的知识；下篇共有四章，主要介绍公共关系概述、公共关系的工作程序、公共关系宣传、综合性公关活动的组织等公共关系方面的知识。

作者将现代礼仪和公共关系二门课中最基础、最常用的内容精选出来编撰成书，目的在于使广大学生和相关读者能够在较短的时间内，更快捷、更方便地了解 and 掌握现代礼仪、公共关系等方面的基础知识和技巧。

本书既可作为中等职业学校“现代礼仪”与“公共关系”课程的必备教材，也可供社会从业人员和相关知识爱好者参考。

<<现代礼仪与公共关系>>

书籍目录

上篇 现代礼仪

第一章 礼仪引论

第一节 礼仪的概念和起源

一、礼仪的概念

二、礼仪的起源

第二节 礼仪的特征和原则

一、礼仪的特征

二、礼仪的原则

第三节 礼仪的功能和学习方法

一、礼仪的功能

二、礼仪的学习方法

小结

思考与练习

第二章 个人仪容仪表礼仪

第一节 仪容礼仪

一、仪容修饰

二、发型与发饰

第二节 姿态礼仪

一、手势

二、站姿

三、走姿

四、坐姿

五、蹲姿

六、表情

第三节 仪表礼仪

一、着装礼仪

二、佩饰礼仪

案例分析

小结

思考与练习

第三章 现代社交礼仪

第一节 会面礼仪

一、问候礼仪

二、称呼礼仪

三、介绍礼仪

四、握手礼仪

五、致意礼仪

第二节 交谈礼仪

一、交谈的原则与要求

二、交谈的语言

三、交谈的误区与禁忌

四、交谈的技巧

第三节 交往礼仪

一、与人相处礼仪

二、拜访礼仪

<<现代礼仪与公共关系>>

三、接待礼仪

四、馈赠礼仪

第四节 聚会和庆典礼仪

一、宴请礼仪

二、舞会、茶会、晚会礼仪

三、婚、寿、庆、丧礼仪

案例分析

小结

思考与练习

第四章 现代商务礼仪

第一节 办公室日常礼仪

一、办公环境礼仪

二、办公室礼仪禁忌

三、同事往来礼仪

四、求职面试礼仪

第二节 商务活动礼仪

一、商品推销礼仪

二、商务洽谈礼仪

三、商务仪式礼仪

四、商务通信礼仪

五、商务接待礼仪

第三节 服务业礼仪

一、商场服务礼仪

二、餐饮服务礼仪

三、宾馆服务礼仪

四、旅游服务礼仪

案例分析

小结

思考与练习

第五章 涉外礼仪

第一节 涉外礼仪概述

一、涉外礼仪的原则

二、接待外宾礼仪

三、陪游与出游礼仪

四、涉外交往衣、食、住、行、访礼仪

五、涉外场合的仪容仪表

六、国际礼仪通则

第二节 不同国家（地区）的礼俗与禁忌

一、亚洲

二、欧洲

三、美洲及太平洋地区

四、非洲地区

五、国际手势指南

案例分析

小结

思考与练习

下篇 公共关系

<<现代礼仪与公共关系>>

第六章 公共关系概述

第一节 公共关系与公共关系学

- 一、公共关系的概念
- 二、公共关系与相关学科的关系

第二节 公共关系的产生与发展

- 一、公共关系的产生
- 二、公共关系的发展
- 三、公共关系的基本原则与功能

第三节 公共关系的构成要素

- 一、公共关系的主体
- 二、公共关系的对象——公众
- 三、公共关系的传播与媒介

案例分析

小结

思考与练习

第七章 公共关系的工作程序

第一节 公共关系调查

- 一、公共关系调查的内容
- 二、公共关系调查的方法
- 三、调查问卷的设计
- 四、撰写调查报告

第二节 公共关系的策划

- 一、公共关系策划的含义及其原则
- 二、公共关系策划的程序

第三节 公共关系的实施

- 一、选择合适的传播媒体
- 二、公共关系实施的障碍
- 三、公共关系活动时机的选择
- 四、选择时机应注意的几个问题

第四节 公共关系效果的评估

- 一、公共关系评估的内涵和意义
- 二、评估的程序
- 三、评估的方法
- 四、评估的内容

案例分析

小结

思考与练习

第八章 公共关系宣传

第一节 公共关系新闻宣传

- 一、公共关系中运用的新闻传播媒介
- 二、各种新闻传播媒介的特点
- 三、策划新闻事件
- 四、新闻发布会（记者招待会）

第二节 公关广告

- 一、公关广告及其功能
- 二、公共关系广告的类型
- 三、公共关系广告的制作要求

<<现代礼仪与公共关系>>

第三节 组织形象识别系统——CIS

- 一、CIS的涵义
- 二、CIS的主要功能
- 三、CIS的构成
- 四、CIS导入程序

案例分析

小结

思考与练习

第九章 综合性公关活动的组织

第一节 展览会的组织

- 一、展览会的传播特点
- 二、展览会的类型
- 三、展览会的组织与实施

第二节 参观接待活动的组织

- 一、对外开放参观的接待对象
- 二、参观内容
- 三、参观接待活动的组织与安排

第三节 赞助活动的组织

- 一、举办赞助活动的目的分析
- 二、赞助活动的类型
- 三、赞助活动的原则
- 四、实施赞助活动的程序

第四节 特别节目的组织

- 一、特别节目的题材与形式
- 二、特别节目的组织技巧
- 三、特别节目应注意的事项

第五节 危机公关

- 一、对危机事件的调查和判断
- 二、处理危机事件的基本方针
- 三、应对危机事件的对策

案例分析

小结

思考与练习

参考文献

<<现代礼仪与公共关系>>

章节摘录

版权页：客人到达时，主人要主动、热情地与客人握手、问候并表示热烈的欢迎，如“欢迎光临”、“一路辛苦”、“见到你很高兴”等；如有同事、亲朋在场，主人要予以相互介绍，不能怠慢客人；如客人有重物，主人应主动帮客人提取行李，但最好不要主动帮助客人去拿公文包或手提包，对年长者或身体不大好的客人应上前搀扶。

进入房间后，主人要主动帮助客人脱下外衣、帽子，并放在适当的地方。

然后引导客人就座；主人通常把“上座”留给客人，就座时，为了表示对客人的尊重，应请客人先行入座。

（三）认真待客（1）接待客人的总原则是主动、热情、周到、善解人意。

（2）与客人交谈时，要尊重客人，以客人为中心，对客人的谈话要表示出浓厚的兴趣，不能无精打采、心不在焉，或边聊天边看电视、忙家务、打电话等；更不能在客人面前摆架子，爱答不理，或冷落客人。

（3）诚恳地招待客人，对待多位来访的客人要一视同仁，不能厚此薄彼；敬茶、递烟、奉上水果等都要有诚意，不要虚假客套。

（四）接待应注意的问题 1.送客尺度要适当 当客人提出告辞时，主人应真诚婉言相留；但客人执意要走时，主人要尊重客人的意见；客人未起身前，主人不能主动伸手与客人道别，或不断地看手表，容易造成逐客的印象。

2.明确送客地点 对于远道而来的客人，可以送到机场、码头、车站等交通便捷之处，等客人乘坐的交通工具离开后自己再离开；对于常来常往的客人，只要送到楼下、大门口处即可，以示敬意。

3.目送客人离开 与客人告别时，要握手或拥抱道别，并邀请有机会再次光临，同时给其家人、领导或同事代问好；当客人离去时，要挥手致意，目送客人到看不见为止，不要客人上了车就立即离开。

四、馈赠礼仪 馈赠，即赠送礼品。

古今中外的交际往来，几乎都离不开送礼这个内容。

它是人际交往中表达友情、敬重和感激的惯用形式，其目的在于沟通感情和保持联系。

但应同收买贿赂、腐蚀拉拢等歪门邪道、腐败习气等区别开来。

因此，在社交中，不管是什么礼品，不管我们对礼品本身怎样看，礼品始终是一种语言，它使我们的感情得以表达，使我们看得见、摸得着，深深地感受到有人在挂念我们，有人想让我们快乐。

这样，才能使礼品物超所值。

要恰如其分的做到这一点，就要注意礼品的选择、馈赠时机和方式及馈赠的要求。

（一）礼品的选择 礼品不仅要表达馈赠者的心意，而且为接受者所看重、所喜欢，是送礼得当的关键。

要使礼品所代表的心意远远超过礼品本身的价值，就要认真地用心挑选，讲究方式方法，切不可随意应付。

1.针对性 每一个交往对象都有自己的特点，在馈赠礼品时，要因人而异，因人与人的关系及其远近程度而异，因人的兴趣爱好而异。

礼品的选择应侧重精神价值和纪念意义，这是礼品选择时要重点关注的两个最基本的问题。

（1）要考虑馈赠对象的特点和背景，如国家、民族、年龄、性别、职业等自然状况。

一般而言，给老人要讲究实用、保健；给孩子要讲究启智、趣味；给朋友要讲究情谊、新意等。

要尽量让受礼者感受到馈赠者在礼品的选择上是花了一番心思的，是认真而有诚意的。

（2）要准确地把握彼此之间的关系，如果忽略了彼此之间的关系，很容易选礼不当。

要区分是公务交往还是私人应酬；是新朋友还是老朋友；是同性还是异性；是中国人还是外国人等。

（3）要考虑受礼者的兴趣和爱好，送礼前要通过仔细的观察和巧妙的方式了解到对方的嗜好，选择实用且价值高的礼品，让受礼者感到是符合自己的需要，或为自己的生活和工作所必需的，如送给孩子玩具等。

<<现代礼仪与公共关系>>

编辑推荐

<<现代礼仪与公共关系>>

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>