

<<公共关系基础>>

图书基本信息

书名：<<公共关系基础>>

13位ISBN编号：9787040234992

10位ISBN编号：7040234998

出版时间：2008-5

出版单位：高等教育出版社

作者：孙宝水

页数：142

字数：230000

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>>

前言

本书是在中等职业教育国家规划教材《公共关系基础》（第一版）的基础上，按照教育部颁布的《中等职业学校文秘专业教学指导方案》以及《公共关系基础教学基本要求》修订的。

第一版教材自出版以来，受到使用学校和读者的普遍欢迎，但随着社会发展和职业教育教学改革的深入，人们对公共关系的认识和社会需求发生了许多变化。

为了适应这一新的形势，我们对该书进行了修订。

本书保留了第一版的特色和体例，以公共关系技能的训练为主线，突出介绍公共关系社交礼仪和语言表达技巧，密切联系各章内容设计综合性训练题和习题，兼顾应知和应会的要求，统一性答案与开放性答案相结合，形式灵活多样。

此外，在修订过程中，对基础理论知识的介绍更加完备、简明，语言表述力求更加准确、流畅。

根据职业教育教学改革实际，本书参照中等职业学校文秘专业课程设置标准，将课时从原来的153课时调整为102课时。

教学中教师可根据实际需要作适当安排。

对技能训练的内容，则要把课堂实践训练与课外实践训练、社会实践训练结合起来。

其他相近专业的课时安排与此不同的，可对理论教学的内容和技能训练的课时作适当的调整和处理。

<<公共关系基础>>

内容概要

本书是由教育部职业教育与成人教育司组织编写的中等职业教育文秘专业的国家规划教材，是在第一版基础上修订的第二版教材。

本书以公共关系技能训练为主线，围绕专业技能的形成，从形成意识、调查分析、信息交流、沟通协调、培养素质、交际礼仪、语言表达、演讲商谈、活动策划、形象塑造、危机管理、市场开拓等方面，系统全面地介绍了公共关系原理和公共关系实务的基础知识。

每章章首设有“案例与场景”，章末设有“技能训练提示”和体现应知应会要求的习题，书后还附有旨在培养和检测公关意识与应变能力的综合训练，增强了技能训练的针对性和趣味性。

全书内容深入浅出，语言简明通俗。

本书可作为中等职业学校文秘专业的教材，也可作为机关、企事业单位文秘人员、公关人员的岗位培训教材，还可作为从事文秘、公关工作人员的自学读物。

本书采用出版物短信防伪系统，同时配套学习卡资源。

用封底右下方的防伪码，按照本书最后一页“郑重声明”下方的使用说明进行操作。

<<公共关系基础>>

书籍目录

第一章 形成意识

- 一、公共关系的含义
- 二、公共关系的基本特征
- 三、现代公共关系的兴起和发展
- 四、公共关系与我国现代化建设

第二章 调查分析

- 一、组织和公众
- 二、公共关系的工作过程

第三章 信息交流

- 一、公共关系工作的手段
- 二、实施双向的信息交流

第四章 沟通协调

- 一、组织内部的公共关系
- 二、组织外部的公共关系

第五章 培养素质

- 一、公共关系人员的形象
- 二、公共关系人员的基本条件
- 三、公共关系人员的能力

第六章 交际礼仪

- 一、一般社交礼仪
- 二、对外交往礼仪
- 三、有关场合礼仪

第七章 语言表达

- 一、交际与交际技巧
- 二、语言表达的基本要求
- 三、陈述、说明和议论
- 四、即兴发言

第八章 演讲商谈

- 一、演讲的作用和风度
- 二、演讲的语言技巧
- 三、商谈的原则和过程
- 四、商谈的策略和技巧

第九章 活动策划

- 一、公共关系活动的方式
- 二、公共关系专题活动
- 三、公共关系策划

第十章 形象塑造

- 一、组织形象与公共关系广告
- 二、公共关系广告的类型
- 三、公共关系广告效益评价

第十一章 危机管理

- 一、危机预测
- 二、危机处理

第十二章 市场开拓

- 一、市场与市场观念的演变

<<公共关系基础>>

二、推销策略和技巧

三、自我推销

综合训练(一)

综合训练(二)

综合训练(三)

综合训练(四)

附录一 康佳彩电应对美国反倾销诉讼公关项目

附录二 长城润滑油护航“神六”公关项目

附录三 金龙鱼食用油风波危机处理公关项目

参考文献

<<公共关系基础>>

章节摘录

（一）公共关系状态 公共关系状态是指一个组织所处的社会关系和社会舆论状态，也就是这个组织在内外公众心目中的现实形象，即组织与其相关公众之间的关系是亲近还是疏远，是融洽还是紧张，是合作还是对抗等。

任何社会组织，不管它自身承认与否，总是处于一定的公共关系之中。

从这个意义上说，公共关系的历史同人类社会的历史一样悠久。

当人们说“这个组织的公共关系很好”时，实际上说的就是公共关系状态。

中国古代社会生活和传统文化中有许多类似于现代公共关系的事例，古代有不少政治家、思想家在他们的社会活动、言论著作中表现出公共关系的萌芽。

《国语》记载西周召公说：“防民之口，甚于防川。”

这表明他已注意到公众舆论在国家政治、经济生活中的作用。

“仁爱”是孔子学说和儒家思想的核心，讲的是人际交往中的沟通、谅解、忠信一致的伦理原则。

孔子说的“与朋友交言而有信”，则把信誉看成是处理好人际关系、社会公众关系的基础。

孟子提出“天时不如地利，地利不如人和”的主张，认为事业成功的首要因素在于良好的人际关系。

墨子提出的“兼相爱，交相利”，就是互惠互利的原则。

现在有人说公共关系是讲究“人和”的艺术，国外有的专家认为公共关系思想来源于《论语》、《孟子》，这是有一定道理的。

在外国历史上也可以找到公共关系的例证。

古希腊著名哲学家亚里士多德在其《修辞学》一书中，对如何使用有感情的语言去争取和影响听众，作了详细的阐述，以至于西方有人把它看成是人类历史上最早的公共关系学理论著作。

（二）公共关系活动 公共关系活动是指一个组织为提高自身声誉，争取公众舆论支持，而有计划地开展的各类活动的总称。

当人们说某组织的公共关系开展得很好时，指的就是公共关系活动。

《战国策》中记载了“冯谖客孟尝君”的故事。

齐国的孟尝君一度富可敌国，天下闻名，在他手下的3000食客中有一个默默无闻的冯谖。

有一次孟尝君让冯谖去薛地要债，冯谖以孟尝君的名义收集债据，当众烧掉。

当时孟尝君很不理解，后来他被免职遣回故乡薛，受到了乡亲们的热烈欢迎。

冯谖为孟尝君树立了良好的形象，用今天的眼光看，他所做的就是公共关系工作。

在我国历史上，有许多类似的重视信誉、广造舆论、争取民心的事例。

如秦国商鞅变法前所做的“立木为信”的准备工作，李自成进军北京宣传“迎闯王，不纳粮”的舆论活动等等。

<<公共关系基础>>

编辑推荐

《中等职业教育国家规划教材公共关系基础（文秘专业）》可作为中等职业学校文秘专业的教材，也可作为机关、企事业单位文秘人员、公关人员的岗位培训教材，还可作为从事文秘、公关工作人员的自学读物。

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>