

<<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：9787111232728

10位ISBN编号：7111232720

出版时间：2008-1

出版时间：机械工业出版社

作者：朱权,等

页数：235

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

本教材的编写突出实践技能的提高与运用,针对用人单位对人才素质的需求,结合现代国内外公共关系领域里的成功、失败案例,系统、全面而简洁地阐述了公共关系的基本理论、核心概念,公共关系的调研、策划、实施与评估以及公共关系礼仪等,内容精简而实用。

全书共分11章,开篇由案例导入,正文部分穿插大量的小案例及思考与训练,结尾部分提出本章的学习指导,并附有实训应用,具有很强的实践性、实用性、有效性和可操作性。

《走向职业化高职高专“十一五”规划教材·经济管理类专业基础课系列:公共关系基础与实务》既可作为高职高专经济类、管理类及相关专业的教材,也适合成人高校以及各类企事业单位从事公共关系工作人员的培训教材和参考书。

<<公共关系基础与实务>>

书籍目录

出版说明前言第1章 公共关系导论学习目标案例导入1.1 公共关系的含义1.2 公共关系的要素与特征1.3 公共关系的产生与发展学习目标案例导入2.1 公共关系的产生2.2 公共关系的发展学习目标案例导入2.3 公共关系的范畴与体系学习目标案例导入2.4 公共关系的产生与发展学习目标案例导入2.1 公共关系的产生2.2 公共关系的发展学习目标案例导入2.3 公共关系的范畴与体系学习目标案例导入2.4 公共关系的产生与发展学习目标案例导入第2章 公共关系的产生与发展学习目标案例导入2.1 公共关系的产生2.2 公共关系的发展学习目标案例导入2.3 公共关系的范畴与体系学习目标案例导入2.4 公共关系的产生与发展学习目标案例导入第3章 公共关系主体：社会组织学习目标案例导入3.1 公共关系的主体3.2 社会组织中的公关机构：公共关系部3.3 专业公关机构：公共关系公司3.4 公关活动的操作者：公共关系从业人员学习目标案例导入3.1 公共关系的主体3.2 社会组织中的公关机构：公共关系部3.3 专业公关机构：公共关系公司3.4 公关活动的操作者：公共关系从业人员学习目标案例导入第4章 公共关系客体：公众学习目标案例导入4.1 公众的含义、特征及分类4.2 内部公众4.3 外部公众学习目标案例导入4.1 公众的含义、特征及分类4.2 内部公众4.3 外部公众学习目标案例导入第5章 公共关系手段；传播学习目标案例导入5.1 公共关系传播理论5.2 公共关系传播媒介与选择5.3 公共关系传播实施技巧学习目标案例导入5.1 公共关系传播理论5.2 公共关系传播媒介与选择5.3 公共关系传播实施技巧学习目标案例导入第6章 公共关系调研学习目标案例导入6.1 公共关系调研的意义与内容6.2 公共关系调研的程序6.3 公共关系调研的原则与方法学习目标案例导入6.1 公共关系调研的意义与内容6.2 公共关系调研的程序6.3 公共关系调研的原则与方法学习目标案例导入第7章 公共关系策划学习目标案例导入7.1 公共关系策划概述7.2 公共关系策划的内容与程序7.3 公共关系策划的原则和方法学习目标案例导入7.1 公共关系策划概述7.2 公共关系策划的内容与程序7.3 公共关系策划的原则和方法学习目标案例导入第8章 公共关系活动的实施学习目标案例导入8.1 公共关系活动模式8.2 公共关系活动实施8.3 公共关系危机管理学习目标案例导入8.1 公共关系活动模式8.2 公共关系活动实施8.3 公共关系危机管理学习目标案例导入第9章 公共关系活动效果的评估学习目标案例导入9.1 公共关系评估的内容和程序9.2 公共关系评估的标准与方法9.3 公共关系评估报告的撰写学习目标案例导入9.1 公共关系评估的内容和程序9.2 公共关系评估的标准与方法9.3 公共关系评估报告的撰写学习目标案例导入第10章 企业与非营利组织公共关系学习目标案例导入10.1 企业公共关系概述10.2 企业CI战略10.3 企业公关与企业文化10.4 非营利组织公共关系学习目标案例导入10.1 企业公共关系概述10.2 企业CI战略10.3 企业公关与企业文化10.4 非营利组织公共关系学习目标案例导入第11章 公共关系礼仪学习目标案例导入11.1 公共关系礼仪概述11.2 公共关系日常社交礼仪11.3 外事交往礼仪学习目标案例导入11.1 公共关系礼仪概述11.2 公共关系日常社交礼仪11.3 外事交往礼仪学习目标案例导入参考文献

<<公共关系基础与实务>>

章节摘录

第1章 公共关系导论 学习目标 1.认识公共关系的本质特征 2.了解公共关系发展的四个阶段 3.明确公共关系的定义和内涵 4.掌握公共关系的核心概念 云南马帮入京“进贡”普洱茶

案例导入 马帮是云南一种古老的运输方式。在交通运输工具高度发达的今天，一队古老原始的马帮浩浩荡荡走进城市，进入现代人的视野。马铃叮（口当），马蹄声声，独特的少数民族服饰，其吸引力之大是可想而知的。历史上，云南大叶种茶在马帮外运途中，栉风沐雨，自然发酵成为功效独特的普洱茶。普洱茶成为皇室贡茶后，也是通过马帮运送中自然发酵而最后成形。

“我们组织这次马帮驮茶进京活动，就是想再现当年的那段历史，让世人认识到真正的、原生态的、自然发酵的普洱茶。”

云南省茶叶协会会长邹家驹这样说。

2005年5月1日，40多位赶马人、100多匹骡马组成的马帮从云南的普洱县启程赴京，至10月抵京。赶马人中年长者53岁，年少者只有19岁，他们来自云南省的11个民族。马帮驮载着5吨多普洱茶，穿越6个省市，行程4000多公里，成为一种独特的文化形态，牵动着人们的视线。

马帮的成功进京，拉近了普洱茶与主流消费市场的距离，邹家驹甚至乐观地预测：“北方历来是绿茶和花茶的天下，由于云南马帮千里进京，云南普洱茶在北方市场进行了一次成功的渗透，北京将掀起一股云南普洱茶的热潮。”

<<公共关系基础与实务>>

编辑推荐

可作为高职高专经济类、管理类及相关专业的教材，也适合成人高校以及各类企事业单位从事公共关系工作人员的培训教材和参考书。

教材从高职高专的人才培养模式出发，紧紧围绕高职高专经济类、管理类人才的培养目标，针对用人单位对人才素质需求的现状，吸收了当前国内外在公共关系领域里的最新研究成果，理论阐述简洁而清晰，突出了实践技能的提高与运用，可操作性非常强。

全书构思新颖，针对性强，体系清晰，内容简练。

章节编排体系完整，开篇由案例导入，正文部分穿插大量的小案例及思考与训练，结尾部分提供本章的学习指导，并附有实训应用，体现了公共关系的实践性、实用性和有效性。

读者对象：高职高专，成人高校的经济类、管理类及相关专业的师生以及各类企事业单位从事公共关系工作的人员。

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>