

<<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：9787111398462

10位ISBN编号：7111398467

出版时间：2012-10

出版时间：机械工业出版社

作者：朱权，高星 主编

页数：229

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

《公共关系基础与实务(第2版走向职业化高职高专十二五规划教材)》(作者朱权、高星)的编写,是从高职高专的人才培养模式出发,紧紧围绕着高职高专经济类、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,吸收了当前国内外公共关系领域的最新研究成果,理论的阐述简洁而清晰,突出了实践技能的提高与运用。

全书构思新颖、针对性强、体系清晰、内容简练,具有很强的操作性。本书在章节编排上有一个完整的体系,开篇由案例导入,正文穿插了大量的小案例及训练与练习,结尾部分提出本章的学习指导,并附有案例分析和实训应用,体现了公共关系的实践性、实用性和有效性。

《公共关系基础与实务(第2版走向职业化高职高专十二五规划教材)》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

教学建议

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 公共关系的功能

1.4 公共关系的范畴与体系

1.5 公共关系的产生与发展

学习指导

课后思考与练习

案例分析

实训应用

第2章 公共关系主体：社会组织

学习目标

案例导入

2.1 公共关系的主体

2.2 社会组织中的公关机构：公共关系部

2.3 专业公关机构：公共关系公司

2.4 公关活动的操作者：公共关系从业人员

学习指导

课后思考与练习

案例分析

实训应用

第3章 公共关系客体：公众

学习目标

案例导入

3.1 公众的含义、特征及分类

3.2 内部公众

3.3 外部公众

学习指导

课后思考与练习

案例分析

实训应用

第4章 公共关系手段：传播

学习目标

案例导入

4.1 公共关系传播理论

4.2 公共关系传播媒介与选择

4.3 公共关系传播实施技巧

学习指导

课后思考与练习

案例分析

<<公共关系基础与实务>>

实训应用

第5章 公共关系调研

学习目标

案例导入

5.1 公共关系调研的意义与内容

5.2 公共关系调研的程序

5.3 公共关系调研的原则与方法

学习指导

课后思考与练习

案例分析

实训应用

第6章 公共关系策划

学习目标

案例导入

6.1 公共关系策划概述

6.2 公共关系策划的内容与程序

6.3 公共关系策划的原则和方法

学习指导

课后思考与练习

案例分析

实训应用

第7章 公共关系活动的实施

学习目标

案例导入

7.1 公共关系活动模式

7.2 公共关系活动实施

7.3 公共关系危机管理

学习指导

课后思考与练习

案例分析

实训应用

第8章 公共关系活动效果的评估

学习目标

案例导入

8.1 公共关系评估的内容和程序

8.2 公共关系评估的标准与方法

8.3 公共关系评估报告的撰写

学习指导

课后思考与练习

案例分析

实训应用

第9章 企业与非营利组织公共关系

学习目标

案例导入

9.1 企业公共关系概述

9.2 企业CI战略

9.3 企业公关与企业文化

<<公共关系基础与实务>>

9.4 非营利组织公共关系

学习指导

课后思考与练习

案例分析

实训应用

第10章 公共关系礼仪

学习目标

案例导入

10.1 公共关系礼仪概述

10.2 公共关系日常社交礼仪

10.3 外事交往礼仪

学习指导

课后思考与练习

案例分析

实训应用

参考文献

<<公共关系基础与实务>>

章节摘录

2. 可变性 公共关系要处理的公众群体, 始终处于变化之中。

作为社会群体, 公众的构成、数量、态度、行为和作用都不是一成不变的, 有的关系消失了, 有的关系不断扩大, 有的关系又可能缩小, 有的关系越来越稳固, 有的关系越来越动荡, 有的关系甚至发生了性质上的变化如竞争关系转化为协作关系、友好关系变成敌对关系等。

例如商场促销日, 大家来购买, 成为这家商场的消费者即公众群体。

当顾客买到了如意商品离开后, 由他们组合而成的公众群体也自然消失了; 当部分顾客发现自己购买的商品有质量问题, 回到这家商场来交涉, 则彼此毫无关联的顾客因面临共同的问题, 形成了商场的公众群体, 问题解决了, 这一公众群体又随之解体。

3. 多样性公众存在的形式不是单一的, 而是复杂多样的。

“公众”仅是一个统称, 具体的公众形式可以是个人, 可以是群体, 也可以是团体或组织。

日常的公共关系工作对象, 包括各种各样的个人关系、群体关系、团体关系、组织关系等。

即便是同一类的公众, 也可以有不同的存在形式, 比如消费者公众, 可以是松散的个体, 也可以是特殊的利益团体(比如消费者公众), 也可以是一个严密的组织(比如使用产品的其他公司乃至政府)等。

公众形式的多样性, 决定了沟通方式和传播媒介的多样性。

4. 整体性公众不是单一的群体, 而是与某一组织运行有关的整体环境, 是指组织运行过程中必须面对的社会关系和社会舆论的总和。

这些社会关系和社会舆论范围很广, 涉及组织内部和外部, 社会的方方面面, 而且相互关联, 构成复杂。

比如一家企业, 既有内部的职工公众、股东公众, 又有外部的社会公众, 不仅包括市场上的顾客、销售商, 还包括社区、政府、新闻界、文化界、体育界等有关的团体、组织或个人。

公共关系工作不可只注意其中某一类公众, 而忽略其他公众, 对其中任何一种公众的疏忽, 都有可能使整个公众环境恶化, 公众环境恶化必然影响组织的生存和发展。

因此, 应该先将组织面对的公众视作一个完整的环境, 要用全面、系统的观点来分析自己面临的公众

。

.....

<<公共关系基础与实务>>

编辑推荐

《走向职业化·高职高专“十二五”规划教材·经济管理类专业基础系列：公共关系基础与实务（第2版）》具有以下特色：

1. 系统性。

内容结构安排合理，体系完善，结构严谨。

在内容的选择上，既保证了体系的完整，同时又针对高职高专学生的特点和社会的需求进行取舍，既是一门独立的课程，又是一门符合培养目标需要的课程。

2. 新颖性。

每一章都是由学习目标、案例引入、正文、学习指导、课后思考与练习、案例分析、实训应用等部分组成，保证了学习者学习的全面性、明确性和目的性。

3. 实用性。

《走向职业化·高职高专“十二五”规划教材·经济管理类专业基础系列：公共关系基础与实务（第2版）》的理论讲授简洁清晰、通俗易懂，案例的选择紧紧贴近主题。

书中精选了大量的案例，对学习者理解学习内容和进行社会实践都具有很好的借鉴作用；另外，每章都附有实训应用，体现出了较强的应用性。

4. 针对性。

从高职高专的人才培养模式出发，紧紧围绕着高职高专经济类、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而进行编写，目的是培养出能够适应于岗位要求、具有一定公共关系意识和素质的人才。

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>