

<<公共关系理论与实务>>

图书基本信息

书名：<<公共关系理论与实务>>

13位ISBN编号：9787121139345

10位ISBN编号：7121139340

出版时间：2012-2

出版时间：电子工业出版社

作者：刘厚钧 编

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>

<<公共关系理论与实务>>

前言

根据高等职业教育培养目标的要求,高等职业教育教材的编写要紧紧围绕培养目标来进行,要彻底改变传统的普通高等教育学科型教材编写模式,转变为高等职业教育技能型教材编写模式。在专业技能课教材的编写中,不是把它作为一门学科去研究,而是当做一种技能去培养。以专业培养的就业岗位需要的职业能力和社会能力为导向,确立专业技能课的内容和形式,以及内容的难易程度。

从根本上改变重知识、轻能力,重书本、轻技能,重课堂讲授、轻实践教学的弊端,突出高等职业教育职业性、实践性的特点,培养出有用之材,为实现学生“零距离上岗”打下良好基础。

《公共关系理论与实务》正是在这种指导思想下进行编写的。

《公共关系理论与实务第2版》在课程的科学定位、培养理念、编写思路、编写内容、编写方法等方面进行创新,以新的面貌与大家见面。

1. 《公共关系理论与实务》课程的科学定位 《公共关系理论与实务》要进行科学定位,首先要明确公共关系的实质是什么?

一是企业公共关系活动是“在商不言商”,即企业公共关系活动在形式和内容上没有任何商业气息,完全是公益性活动,这样公众才容易接受,容易理解。

二是企业公共关系活动是“既求名又求利”。

雷锋做好事不求名不为利,而企业做好事是既求名又求利。

只不过“名”是指企业形象,是美誉度,是现实的、直接的。

通过出名、扬名、留名,赢得公众对企业的认知、理解、好感、支持和信赖,创造企业良好的人际环境,在此基础上使公众成为企业的忠诚顾客,实现企业经营目标。

这样就不能单纯地认为公共关系就是塑造企业形象。

所以公共关系的实质是名利之道,名是直接的、现实的,而利是间接的、潜在的。

明确了公共关系的实质,《公共关系理论与实务》课程可以定位为:名利之道。

2. 《公共关系理论与实务》培养理念、编写思路的创新 《公共关系理论与实务》的培养理念是:“把需要工作的学生培养成能够适应公共关系岗位工作需要的具有公共关系职业能力的创新型公共关系合格职业人”,因此,确立《公共关系理论与实务》的知识培养目标是:通过教学,使学生树立现代公共关系观念,掌握公共关系的基本原理和基本知识,掌握公共关系管理的基本方法、程序和技巧。

职业能力培养目标是:培养学生综合运用公共关系理论和方法进行公共关系活动策划和管理的能力,培养学生撰写和宣讲公共关系策划方案的能力,培养学生创新能力。

社会能力培养目标是:培养学生公共关系道德,培养团队合作能力,培养创新思维能力,培养学生自我管理、自我培养的能力。

为了实现《公共关系理论与实务》的培养目标,以公共关系活动管理为主线,科学地安排《公共关系理论与实务》的内容和编写方法。

然而要实现《公共关系理论与实务》能力培养目标,构建实践教学培养模式是《公共关系理论与实务》教学教研教改的重点、难点和关键点。

通过《企业公共关系策划》项目的实践教学(见附录B),使学生认识公共关系、体验公共关系、实践公共关系,具备开展公共关系活动的职业能力,具备撰写和宣讲公共关系策划方案的能力。

3. 《公共关系理论与实务》编写内容的创新 围绕《公共关系理论与实务》的培养目标,以公共关系管理活动为主线,来安排《公共关系理论与实务》的内容。

遵循“是什么、为什么、如何做”的思维模式,根据高等职业教育培养目标,突出“是什么、如何做”这两个环节,弱化“为什么”。

解决“是什么”的问题按照“理论够用、实务主导”的原则,理论部分突出“新”与“精”,把传统的公共关系5章的基础理论综合为两章。

解决“如何做”的问题,实务部分突出“实”与“行”,公共关系实务安排9章内容。

在公共关系实务中,不仅在公共关系工作程序和方法、处理内外部公共关系的方法和技巧、处理危机

<<公共关系理论与实务>>

公共关系的方法和技巧等方面有所创新，并且增加了CL战略、网络公共关系。

为了突出教材的实用性和技能性，把公共关系文书融入到相关章节的内容里，如公共关系信息调查报告的写作、公共关系策划书的写作、公共关系评估报告的写作等，形成了技能训练的一致性。

4. 《公共关系理论与实务》编写方法的创新 为了更好地解决“如何做”的问题，在编写方法上进行三点创新，一是考虑到培养学生公共关系文书写作能力的需要，为了给学生提供例文，在案例选编上，不再是单纯考虑根据教学内容去选编案例，而是既考虑到教学内容又考虑到学生公共关系文书写作的参考，选编了典型的例文。

二是在讲述每种公共关系管理方法的概念后，重点讲述每种公共关系管理方法在什么条件下运用、如何运用、在运用中应该注意哪些问题。

三是为了完成《企业公共关系策划》项目的实践教学，指导教师进行实践教学，附录中增加《企业公共关系策划》项目实践教学模式。

由于本教材是作为高职高专管理类、经济类、旅游类专业的教学用书，这些专业的学生毕业后要到企业去工作，因此，在内容安排、案例选编、技能训练等方面偏重于企业。

本教材主编：刘厚钧，负责课程定位、编写思路、编写内容和编写方法的确立，对教材进行总纂。

副主编：梁长来；参编委：王勇强、马会武、原伟。

其中，刘厚钧负责编写前言、第1章；梁长来负责编写第8-10章；王勇强负责编写第5章和第6章；马会武负责编写第2章、第3章和第11章；原伟负责编写第4章和第7章。

本教材不仅适用于高职高专学生，也可作为个人自学和企业培训教材使用。

由于编者水平有限，书中难免存在一些不足之处，希望得到同行和读者的批评指正。

刘厚钧

<<公共关系理论与实务>>

内容概要

本书以高职高专教育的职业能力为教学思想，在学习目标上，进一步明确每章应达到的知识目标、技能目标 and 能力目标，并据此调整了相应的教学内容，以强化课程教学的针对性和应用性。在栏目设计上进行了必要调整，增加了“相关链接”，“技能题”、“案例题”、“课堂讨论题”、“自测题”等栏目，目的在于活跃和创新教材形式，培养学生的学习能力、实践能力和创新能力。在内容上进行相应调整，特别增加网络公共关系等新内容；还根据本学科实践性强的特点，加大了实训部分教学内容。

<<公共关系理论与实务>>

书籍目录

第1章 公共关系导论

- 1.1 公共关系概述
- 1.2 澄清公共关系误区
- 1.3 公众
- 全球视野
- 复习思考题
- 实训题

第2章 公共关系的组织机构

- 2.1 组织公共关系机构
- 2.2 公共关系公司
- 2.3 公共关系人员
- 全球视野
- 复习思考题
- 实训题

第3章 公共关系传播

- 3.1 公共关系传播概述
- 3.2 公共关系传播实务操作
- 全球视野
- 复习思考题
- 实训题

第4章 CI战略与CS战略

- 4.1 组织形象分析
- 4.2 CI战略导入
- 4.3 CS战略导入
- 全球视野
- 复习思考题
- 实训题

第5章 公共关系信息调查

- 5.1 公共关系信息调查作用、要求及内容
- 5.2 公共关系信息调查方法
- 5.3 公共关系信息调查程序
- 5.4 公共关系信息调查报告
- 全球视野
- 复习思考题
- 实训题

第6章 公共关系策划

- 6.1 公共关系策划的概念及特征
- 6.2 公共关系策划的内容及程序
- 6.3 公共关系策划方法
- 6.4 公共关系策划书
- 全球视野
- 复习思考题
- 实训题

第7章 公共关系活动的实施与评估

- 7.1 公共关系活动的实施

<<公共关系理论与实务>>

7.2 公共关系活动的评估

全球视野

复习思考题

实训题

第8章 组织内部公共关系

8.1 组织内部公共关系的目标及任务

8.2 员工关系

8.3 股东关系

全球视野

复习思考题

实训题

第9章 组织外部公共关系

9.1 组织外部公共关系的特点及类型

9.2 组织外部公共关系的处理艺术

9.3 公众异议的处理技巧

全球视野

复习思考题

实训题

第10章 危机公共关系

10.1 公共关系危机与危机公共关系

10.2 危机公共关系的管理及处理技巧

10.3 公众异议与危机公共关系

全球视野

复习思考题

实训题

第11章 网络公共关系

11.1 网络公共关系概述

11.2 网络公共关系的渠道和形式

全球视野

复习思考题

实训题

附录A 中国重要节日一览

附录B “企业公共关系策划”项目实践教学模式

参考文献

<<公共关系理论与实务>>

编辑推荐

《公共关系理论与实务（第2版）》不仅适用于高职高专市场营销及相关专业学生，也可作为个人自学和企业培训教材使用。

<<公共关系理论与实务>>

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>