

<<公共关系实务教程>>

图书基本信息

书名：<<公共关系实务教程>>

13位ISBN编号：9787505874046

10位ISBN编号：7505874047

出版时间：2008-8

出版时间：经济科学出版社

作者：陆季春，田玉军 编著

页数：300

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>

<<公共关系实务教程>>

内容概要

本教材的编写是为了满足高等教育教学改革和培养高等教育应用型人才的需要，解决公共关系教学中缺乏一体化实用性教材的问题而编写的。

本书以公共关系学科的一般原理为基础，以企业公共关系的具体实践为背景，各章前均配有先导案例，每章后均安排有案例与实训方案设计，作者试图通过实际案例分析、师生“讲、读、练”一体化的活动设计模式，在理论与实务相结合的基础上突出公共关系的应用性，探索一条公共关系理论与实践相结合的新路子，为学生将来走上社会、服务社会，打下坚实的基础。

本书定位明确、内容新颖、知识性强，信息量大、操作性强，通过课堂讨论，案例分析、活动设计、情景模拟等训练内容，将理论性、可读性、应用性融为一体，可作为高校各类专业的通用教材，也可供企业公共关系人员，和经营管理人员培训或学习使用。

<<公共关系实务教程>>

书籍目录

第一章 成功形象塑造的秘诀 第一节 公共关系的基本理论 一、公共关系的概念及内涵 二、公共关系的要素与特征 三、公共关系的相关概念与实践范畴 第二节 现代公共关系——时代发展的产物 一、促成现代公共关系产生的因素 二、现代公共关系发展的过程 第三节 公共关系实训的意义与方法 一、公共关系实训的意义 二、公共关系实训的方法 第四节 案例与实训方案设计 一、案例讨论 二、实训方案设计

第二章 公共关系的构成要素 第一节 公共关系的主体——社会组织 一、社会组织的内涵与类型 二、社会组织的形象 三、公共关系人员 第二节 公共关系的客体——公众 一、公众的内涵与特征 二、现代公众意识 第三节 公共关系传播 一、公共关系传播的含义 二、公共关系传播的基本要素 三、传播在公共关系中的作用 四、公共关系传播的媒介 五、公共关系传播媒介的选择 六、公共关系传播的方法与技巧 第四节 案例与实训方案设计 一、案例讨论 二、实训方案设计

第三章 公共关系的职能和作用 第一节 公共关系的职能 一、信息收集监测环境 二、引导舆论有效传播 三、咨询建议辅助决策 四、协调关系 沟通内外 五、教育培训服务社会 第二节 公共关系的作用 一、对组织的作用 二、对个人的作用 三、对社会的作用 第三节 案例与实训方案设计 一、案例讨论 二、实训方案设计

第四章 公共关系的工作程序 第一节 公共关系调查 一、公共关系调查的意义 二、公共关系调查的内容 三、公共关系调查的方法 四、公共关系调查的过程 五、公共关系调查资料的分析与应用 第二节 公共关系策划 一、公共关系策划的含义 二、公共关系策划的价值 三、公共关系活动策划的原则 四、公共关系策划的内容与程序 五、撰写公共关系策划书 第三节 公共关系计划的实施与评估 一、公共关系计划的实施 二、公共关系评估 第四节 案例与实训方案设计 一、案例讨论 二、实训方案设计

第五章 公共关系实务活动

第六章 公共关系沟通与协调

第七章 组织形象塑与CIS战略

第八章 危机公关

第九章 公共关系礼仪参考文献

<<公共关系实务教程>>

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>