

<<公共关系学导引>>

图书基本信息

书名：<<公共关系学导引>>

13位ISBN编号：9787560828237

10位ISBN编号：756082823X

出版时间：2004-4

出版时间：同济大学出版社

作者：沈国玲 武霞

页数：249

字数：235000

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>

<<公共关系学导引>>

前言

正当我校推行以全面提高学生素质为中心的教育，实施“知识、能力、人格”的培养模式的时候，由我校文法学院顾钰民教授主持并发动几十位教师，共同编写一套《大学人文社科丛书》，这是很有意义的事。

因此，我很乐意应约写这个序言。

这套丛书出版的意义在于合乎当前倡导的素质教育的方向。

人的素质当然可以有不同的区分方法，但大致可分为政治素质、道德素质、知识素质、技能素质、身体素质、心理素质等诸方面。

但归根结蒂，主要是在“为人”和“为学”两个方面。

在“为人”和“为学”之间，“为人”比“为学”更重要。

“为人”就是首先要确立做一个有骨气的中国人，愿意为国家和社会贡献自己的力量。

人文教育是一切素质教育的基础，也是培养学生学会做人、铸造崇高人格的最为直接的教育内容之一。

这套丛书出版的意义还在于合乎当前倡导的文理渗透的方向。

学科的发展，一是沿着学科前进的方向，去推动学科向理论纵深或更多应用方面去开拓；一是探索在学科交叉中，去寻求培育新的学科发展突破口。

随着市场经济的发展、高等教育的普及，复合型的人才将更受社会的欢迎，因为这种人才更富有创新精神。

我很赞成杨叔子院士的说法——“没有科学的人文，是残缺的人文；而没有人文的科学，也是残缺的科学。”

因此，针对我校理工学科较多的状况，开展人文教育就显得特别重要。

<<公共关系学导引>>

内容概要

本书主要介绍公共关系的基本理论，并以理论为基础提供公关实践的指导。

主要内容包括：公共关系的概述和历史、公关的主客体及其手段、公关活动的基本原则和一般程序、分类公关活动的策略、公关形象的塑造、公关专门机构和人员的要求等。

每章后附有思考题和案例。

本书可作为学习公共关系的教材和培训用书。

<<公共关系学导引>>

作者简介

沈国玲，1963年10月出生，1985年7月获哲学学士学位，2003年1月获法学硕士学位。
现任同济大学文法学院讲师。
长期从事公共关系学等课程的教学与研究。

武霞，女，1972年生，法学硕士。
1998年毕业于同济大学，主要从事世界政治与经济，公共关系学等学科的科学研

<<公共关系学导引>>

书籍目录

序第一章 公关概述：公共关系和公共关系学 一、公共关系的含义 二、公共关系的本质及其管理职能 三、公共关系与人际关系及庸俗关系 四、公共关系与广告和营销 五、公共关系学 思考题 案例及案例思考第二章 公关历史：公共关系产生和发展的历程 一、现代公共关系产生的历史条件 二、现代以前的类似的公共关系 三、公共关系在美国的孕育、兴起和成熟 四、公共关系在世界的传播和展开 思考题 案例及案例思考第三章 公关主体：组织及其公关目标 一、组织的含义及其特性 二、组织与环境的相互影响 三、组织的公共关系目标 四、组织整体形象的塑造与评估 思考题 案例及案例思考第四章 公关客体：公众及公众心理 一、公众的含义和性质 二、界定和了解公众的意义 三、公众的分类 四、公众心理分析 思考题 案例及案例思考第五章 公关手段：信息传播 一、传播的一般过程及其特点 二、传播媒介的基本分类及其特点要求 三、传播方式 四、传播效果分析 思考题 案例及案例思考第六章 公关原则：诚信和效益 一、公共关系必须注重公众利益原则 二、公共关系必须遵循求实守信原则 三、公共关系必须讲求效益原则 四、公共关系必须贯彻科学指导原则 五、公共关系必须实行双向交流原则 思考题 案例及案例思考第七章 公关程序：“四步工作法” 一、公共关系的调查和研究 二、公共关系战略与计划的制定 三、公共关系战略与计划的实施 四、公共关系效果的评估 思考题 案例及案例思考第八章 公关分类：公共关系的类型第九章 公关塑形：CI战略第十章 公关机构：组织与人员主要参考书目

<<公共关系学导引>>

章节摘录

伯尼斯运用社会科学的成果，从理论上阐述了公众和舆论对于一个组织而言的重要作用，并提出组织对待他们的态度应该是“投公众所好”，即遵从公众的要求。

它要求组织应根据公众的心理需要进行有目的有计划的宣传工作，只有这样才能取得公众及舆论的真正理解和支持。

这就是公关传播规律的科学总结。

也是公关实务的操作依据。

他提出的“公关咨询”正是反映了这种主动的、有计划的、投公众所好的思想。

所以，公关咨询可以看作是沟通工商业组织和公众利益的桥梁，可以使组织的决策更有利于公众利益，也可以把组织的合理政策及行为向公众解释，以期获得相互的好感和信任。

伴随公关理论的发展，公关实践在这一时期也颇有成就。

造就实践成果的是时代的巨变：一是1929年起的经济危机的恐慌，形成人们对信息的渴望。

二是世界大战迫使政府利用公关手段。

这使该时期的公关实践突出表现在这两方面的实务中：（1）20世纪30年代在富兰克林·罗斯福总统推行名为“新政”的社会改革活动中，其工作班子实践了良好的公共关系。

20世纪30年代的经济危机威胁到几乎全体美国人，罗斯福总统是在“炉边谈话”中宣布关闭银行、延期付款等意味着文明崩溃的事实，他是在微笑中推出他的“新政”，社会法、劳资公约等，这使那些惊惶失措的不幸者对社会秩序重新建立信心。

他在政府和大众之间，并促使员工和企业主之间架起沟通的桥梁，通过坦率真诚的解释和持续不断的交流来重视公众的利益。

最终塑造了总统的良好形象和“新政”的美妙情景，从而赢得了公众的理解和支持。

<<公共关系学导引>>

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>