

<<现代公共关系学>>

图书基本信息

书名：<<现代公共关系学>>

13位ISBN编号：9787563805631

10位ISBN编号：756380563X

出版时间：1996-10

出版时间：北京经济学院出版社

作者：张荷英

页数：412

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>

## <<现代公共关系学>>

### 前言

公共关系学是专门研究现代社会组织如何处理好它所面临的多方面社会关系，以实现高质量经营管理的一门学科。

公共关系学诞生于20世纪初，至今不过近百年的历史，但是它在当今世界的经济活动和政治活动中却发挥着极其重要的作用，以其独特的魅力风靡世界。

在高等院校及中等院校中，它已成为经济、管理、贸易、文秘、旅游等专业的必修课程。

作者利用暑假对《现代公共关系学》进行了第四次修订。

此次修订后的《现代公共关系学》突出了以下几个特点：第一，强调了学科的系统性。

虽然公共关系学是一门实践性很强的学科，具有“术”多而“学”少的特点，但此次修订有针对性地增加了“学”的内容。

第二，通俗易懂，可读性强。

在讲述理论和方法时，力求精、透，尽量回避不易理解的词语；在选用案例、资料、例文时，尽可能选用故事性较强的、有趣的，以增加本书的可读性。

第三，更具有时代感。

在此次修订中，替换了-陈旧的案例，所举事例尽量选用近几年的，并对有些概念进行了补充，使本书的内容更符合时代的需要。

在修订过程中，作者参阅了大量国内外的著作和文章，并引用了其中的一些资料，在此谨向有关作者深表谢意。

由于作者水平有限，书中纰缪、疏漏之处在所难免，敬请前辈专家和读者批评指正。

## <<现代公共关系学>>

### 内容概要

公共关系学是专门研究现代社会组织如何处理好它所面临的多方面社会关系，以实现高质量经营管理的一门学科。

本书是在第三版的基础上修订而成。

内容包括：公共关系概述；公共关系的职能；公共关系工作的基本原则；公共关系组织机构与人员等

。

## &lt;&lt;现代公共关系学&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 公共关系概述 第一节 公共关系的基本概念 第二节 公共关系学研究的对象、范围和方法 第三节 公共关系的起源与发展 第四节 我国公共关系发展概况 第五节 公共关系产生的历史条件 第六节 公共关系的界定第二章 公共关系的职能 第一节 采集信息 第二节 传播沟通 第三节 协调关系 第四节 咨询建议第三章 公共关系工作的基本原则 第一节 以事实为基础 第二节 以公众研究为依据 第三节 以科学理论为指导 第四节 以公众利益为出发点 第五节 以全员PR为保证 第六节 以上层领导支持为动力第四章 公共关系组织机构与人员 第一节 组织内部的公共关系部 第二节 公共关系公司 第三节 公共关系社团 第四节 公共关系人员 第五节 公共关系人员的培养第五章 公共关系工作的一般程序 第一节 调查研究 第二节 制定计划 第三节 策动传播 第四节 评价结果第六章 公共关系应用技术——写作 第一节 新闻稿 第二节 公关公文 第三节 企业刊物 第四节 宣传资料 第五节 组织如何“制造新闻”第七章 公共关系应用技术——各种专题活动 第一节 新闻发布会 第二节 展览会 第三节 赞助 第四节 对外开放参观 第五节 宴会、自助餐和酒会 第六节 庆典活动第八章 公共关系应用技术——演讲 第一节 公关演讲的作用 第二节 演讲的基本要素 第三节 准备演讲内容时应考虑的因素 第四节 演讲开场白的语言艺术 第五节 演讲结束语的艺术 第六节 演讲的语言艺术 第七节 演讲态势语言的艺术 第八节 即兴发言 第九节 培养演讲才能的方法第九章 公共关系应用技术——广告 第一节 广告的概念及特点 第二节 广告的演变过程 第三节 公共关系广告 第四节 公共关系广告的创作 第五节 公共关系广告效益的测算第十章 公共关系应用技术——谈判 第一节 谈判的概念及原则 第二节 谈判的过程 第三节 谈判的策略与技巧第十一章 公共关系应用技术——危机公关 第一节 危机公关的概念与特征 第二节 未雨绸缪——做好危机处理计划 第三节 危机公关的处理 第四节 危机公关管理中的沟通第十二章 公共关系礼仪 第一节 日常交往礼仪 第二节 见面时的礼仪 第三节 交谈时的礼仪 第四节 做客与待客的礼仪 第五节 其他礼仪 第六节 对外交往礼仪 第七节 中外民间节日第十三章 公共关系案例 案例一 创维勇闯“虎山行” 案例二 中国——北京成功申奥 案例三 盖茨临危不乱微软广告公关 案例四 欧典的“国际玩笑” 案例五 情感公关架金桥 案例六 e公关来了

## <<现代公共关系学>>

### 章节摘录

**第一章 公共关系概述** 本章所述内容起一个入门作用，主要介绍公共关系的基本概念，公共关系的产生条件，公共关系学研究的对象、范围和方法，公共关系与其他相近事物的比较。

**第一节 公共关系的基本概念** 一、什么是公共关系 公共关系一词源于美国，译自英文Public Relations，英文缩写为PR。

它也被译为“公众关系”或被简称为“公关”。

**1. 公共关系概念的双重含义** 由于社会的分工，任何一个社会组织要想生存，必然要同周围的其他组织和个人发生联系，形成某种社会关系，这种社会关系可以被称做公共关系。

公共关系中的“公共”一词是相对于“私人”而言的。

它表明，公共关系主要是处理组织与组织、组织与公众之间的社会关系，而不是一般的私人关系。

就公共关系本身的内涵而言，这个范畴包含双重含义：（1）公共关系是一种客观状态。它具有如下特点：第一，它不以人的主观设想为转移，其本性是一种客观状态，具有客观性。

<<现代公共关系学>>

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>