

《公共关系概论》

图书基本信息

书名：《公共关系概论》

13位ISBN编号：9787504421203

10位ISBN编号：7504421200

出版时间：2004-1

出版社：中国商业

作者：邱大燮

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《公共关系概论》

内容概要

公共关系概论（修订本），ISBN：9787504421203，作者：邱大燮主编

《公共关系概论》

书籍目录

第一章 绪论第一节 公共关系的概念及其构成要素第二节 公共关系学及其相关学科第三节 公共关系的产生和发展第四节 公共关系的界定第二章 公共关系的基本职能和原则第一节 公共关系的基本职能第二节 公共关系工作的层次第三节 公共关系的基本原则第三章 公共关系目标——组织形象的塑造第一节 组织形象概述第二节 影响组织形象的因素第三节 组织形象的建立第四节 组织形象与CIS策划第四章 公共关系主体第一节 社会组织第二节 组织内部的公共关系机构第三节 社会公共关系组织——公共关系公司第四节 公共关系人员第五章 公共关系客体第一节 公众及其分类第二节 公众的选择第三节 公众的心理分析第六章 公共关系的传播与沟通第一节 传播和传播方式第二节 公共关系的传播媒介第三节 信息沟通及其模式第七章 公共关系活动的一般程序第一节 公共关系状态分析第二节 公共关系活动计划的制订第三节 公共关系的实施第四节 公共关系效果的评价第八章 公共关系的协调第一节 组织外部公共关系的协调第二节 组织内部公共关系的协调第九章 公共关系危机的处理第一节 公共关系危机概述第二节 公共关系危机的处理第三节 公共关系危机事件的预防第十章 公共关系与社会舆论第一节 社会舆论概述第二节 公共关系活动与社会舆论第三节 民意测验的程序与方法第十一章 公共关系宣传第一节 公共关系的新闻宣传第二节 公共关系广告第三节 其他公共关系宣传方式第十二章 公共关系交往与专题活动第一节 公共关系交往第二节 公共关系专题活动

章节摘录

一、公共关系学的研究对象和内容 公共关系学是运用传播学、社会学、心理学、经济学、市场学、新闻学、人际关系学、信息学、广告学、美学、统计学等现代科学知识，总结了近代、现代经营管理科学的成果和方法，特别是现代经济管理的实践而形成的一门新兴学科。

(一) 公共关系学的研究对象 公共关系指的是社会组织同其他社会组织或群体以及社会公众的关系状态及为建立和改善这一状态而开展的活动。所以，社会组织将是公共关系研究的第一个具体对象。公共关系指的是公关主体利用一定的手段、技巧去影响公众，与公众建立起一种融洽和谐、互相信赖、互惠互利的关系。毫无疑问，公共关系的客体--公众，就是公共关系学研究的第二个具体对象。公共关系实施需要一定的手段和技巧。换句话说，就是公共关系的主体与客体之间需要有一种联系，这种联系包括沟通的媒介和沟通的方法。这就是公共关系学研究的第三个具体对象。公共关系活动是有计划、有目标的活动，这个目标就是塑造良好的组织形象和宣传组织的形象。这样，组织形象的构成因素以及塑造组织形象的基本方法和策略等等，就成为公共关系学研究的第四个具体对象。综上所述，公共关系学的研究对象，归纳起来有以下四类：

- 1 社会组织及社会群体怎样去影响公众，怎样妥善处理与公众的关系？
- 2 公众的类别、构成、特点，以及探讨促进双方关系的有效手段和途径？
- 3 主体和客体间利用传播的手段进行相互沟通的方法和规律。
- 4 组织形象的构成要素及影响组织形象的主要因素有哪些？
- 5 塑造良好的组织形象的主要方法策略？如何动用CI策划来塑造组织形象？

(二) 公共关系学研究的内容 根据以上分析的公共关系学的研究对象，公共关系学的研究内容主要包括：

- 1 公共关系的产生、意义、性质；
- 2 公共关系构成要素；
- 3 公共关系的职能、目标及实施原则；
- 4 公共关系的机构设置和人员素质要求；
- 5 公共关系策略；
- 6 分类公关、危机公关等等。

总体来说，公共关系学的研究内容包括公关历史、公关理论、公关应用三个方面，本书着重研究前两个方面，对公关应用只作一些简单的介绍。

……

《公共关系概论》

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：www.tushu000.com