

《国际公关》

图书基本信息

书名：《国际公关》

13位ISBN编号：9787301216361

10位ISBN编号：730121636X

出版时间：2013-1

出版社：赵麟斌 北京大学出版社 (2013-01出版)

作者：赵麟斌 编

页数：292

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

《国际公关》

内容概要

《公关理论与实务培训用书:国际公关》充分整理了不同国家主体之间的公共关系现象，其中既包括了体育、文化、军事、金融这些国际交往的主要领域的形象公关，也涵盖人际交往、灾害危机等一些特殊场合的协调沟通。

作者简介

赵麟斌，1956年7月生，福建省福州市人。福建省闽江学院党委委员、副院长，教授，经济学博士，同时任福建师范大学兼职教授、博士生导师，联合国工业发展组织专家，享受国务院特殊津贴专家。曾任中共福州市鼓楼区委常委、副书记、区委书记，区人大主任、区委党校校长，中共福州市委宣传部副部长、市文明办主任等职务；现兼任国家人事部专家服务中心顾问委员、福建省国际国内公共关系协会顾问、福建省委政策研究室特约研究员、福建省政府经济发展研究中心特约专家、福建省人才交流协会理事会副会长、福建省领导科学研究会副会长、福建省中青年经济发展研究会副会长、福建省五缘文化研究会副会长等；已出版专著（含主编、合著）三十多部，发表学术论文近百篇。

书籍目录

第一篇和谐亚洲 感动世界——从2010年广州亚运会看公关 第二篇永远的朋友永恒的经典——从巴塞罗那奥运会说起 第三篇团结一致共度难关——甘肃舟曲泥石流危机中的感动 第四篇时不我待，开诚布公——“毒饺子”事件引起的思考 第五篇信息传播沟通在危机公关中的作用——以智利矿工大营救为例 第六篇“和而不同”，彰显大国风范——中国孔子学院的国际文化公关 第七篇用尊重跨越文化差异——从ETS与北京新东方学校知识产权纠纷案说起 第八篇立足本土 反对文化霸权——NIKE跨文化广告事件 第九篇传播组织文化塑造良好形象提升国际认同——国际红十字会的天使人道 第十篇承担国际责任，构建和谐世界——环保急先锋“绿色和平组织”的行动宣言 第十一篇以人为本，强化形象——国际组织形象公关新思路 第十二篇到什么山头唱什么歌——不容小觑的公关文化牌 第十三篇众人拾柴火焰高——在联合国框架下解困危机 第十四篇 大河有水小河满，大河无水小河干——世卫组织以人道名义的总动员 第十五篇善建者行，善者建行——中国建设银行股份制改造 第十六篇独具匠心 上门迎客——纳斯达克为中国敲响开市钟 第十七篇跨境人民币结算“开闸试水”——人民币的国际化进程 第十八篇战争前的军事公关——不战而屈人之兵 第十九篇战争中的军事公关——攻心为上，攻城为下 第二十篇 战争后的军事公关——扭转乾坤，铸剑为犁 第二十一篇把握机遇，携手并肩促共赢——“2003年红塔皇马中国行”的启示意义 第二十二篇 真诚沟通促和谐——国家人际公关的重要之道 第二十三篇 以宽容换取理解——“化敌为友”之策 第二十四篇“十个指头弹钢琴”，机智创造成功——国际贸易中的机智公关 第二十五篇路遥知马力，日久见人心——国际贸易中的真诚公关 第二十六篇 只要工夫深，铁杵磨成针——国际贸易公关中的“钉子”精神

章节摘录

版权页： 开篇之述：中国孔子学院的国际文化公关“孔子是人类有记载的第一个老师，你知道吗？”这句混杂着洋腔洋调的话，出自匈牙利孔子学院匈方院长郝清新之口。两千年前，孔夫子周游列国，而21世纪的今天，这位圣人正一步步走向世界的每个角落。“国家强则文化盛，国家强则语言强”。随着中国综合国力的不断提升，全球各地的“中国语言文化热”持续升温，世界对汉语与中华文化的學習热情空前高涨。传统文化的复兴得益于中国国力的日益强大，中国文化软实力的提升正彰显中国和平崛起之势。在历经文化兴盛、没落继而一切向西方看齐的沧桑巨变后，中国开始正视、接受并推广属于自己的文化，正用汉语文化塑造一个温暖、积极的中国形象，正以傲然昂扬之态走上繁荣复兴之路。孔子学院，就是中国文化复兴道路上的领跑者。在借鉴国外有关机构推广本民族语言成功经验的基础上，中国决定在全球各地建立专门的汉语语言学习机构，孔子学院由此应运而生。为发展中国与世界各国的友好关系，增进世界各国人民对中国语言文化的理解，为各国汉语学习者提供方便、优良的学习条件，中国国家对外汉语教学领导小组办公室在世界上有需求、有条件的若干国家建设以开展汉语教学为主要活动内容的“孔子学院”。孔子学院(Confucius Institute)并非一般意义上的大学，而是一个以推广汉语文化教育和传播中国文化为宗旨的非营利性社会公益机构，一般都是下设在国外的大学和研究院之类的教育机构里。它秉承孔子“和为贵”、“和而不同”的理念，推动中外文化的交流与融合，致力于建设一个持久和平、共同繁荣的和谐世界。它的使命就是让世界了解中国，让更多的人知道中国，让中国文化与世界文化相映生辉。孔子是中国传统文化的代表人物，选择孔子作为汉语教学品牌是中国传统文化复兴的标志。语言作为文化最直接的载体，传播汉语是推广中国文化的最好方法。因而，孔子学院最重要的一项工作就是给世界各地的汉语学习者提供规范、权威的现代汉语教材和最正规、最主要的汉语教学渠道。自2004年11月全球首家孔子学院在韩国成立以来，已有300余家孔子学院遍布全球近百个国家和地区，在日常教学活动之外，孔子学院还努力打造“汉语桥”等品牌项目，为传播中国文化和推广汉语教学提供了重要平台。伴随着汉语的国际推广，越来越多的国家将学习和使用汉语，这不仅将增进世界对中国的了解，进一步扩大各国同中国的经济贸易合作，也将加快中华民族优秀文化走向世界的步伐，进一步提升中华民族的自豪感和凝聚力，为我国经济的可持续发展奠定坚实的基础。

《国际公关》

编辑推荐

《公关理论与实务培训用书:国际公关》内容完整，视野开阔，案例新颖，不仅可供各类公共关系从业人员和公共关系爱好者学习借鉴，也可以作为相关涉外专业、国际领域人士的参考用书。

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