

# 《公共关系学教程》

## 图书基本信息

书名：《公共关系学教程》

13位ISBN编号：9787810303613

10位ISBN编号：7810303619

出版时间：1994-11

出版社：武汉测绘科技大学出版社

页数：401

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](http://www.tushu000.com)

## 书籍目录

### 目录

#### 第一编原理

##### 第一章公共关系概论

###### 第一节关系及其性质

###### 第二节公共关系

###### 第三节公共关系与相关现象

#### 第二章公共关系学

##### 第一节公共关系学及其研究对象和内容

##### 第二节公共关系学的性质及学科现状

##### 第三节公共关系学与相关学科的关系

##### 第四节研究公共关系学的意义和方法

#### 第三章公共关系的历史

##### 第一节公共关系的前史

##### 第二节公共关系在美国的兴起

##### 第三节公共关系在其他国家的发展

##### 第四节中国的公共关系事业

#### 第四章公共关系的职能

##### 第一节树立形象

##### 第二节收集信息

##### 第三节咨询决策

##### 第四节传播沟通

##### 第五节协调关系

#### 第五章公共关系工作的一般程序

##### 第一节公共关系调查

##### 第二节公共关系策划

##### 第三节公共关系计划实施

##### 第四节公共关系评估

#### 第六章公共关系的基本原则

##### 第一节公共关系的总原则

##### 第二节公共关系的实践原则

#### 第二编主体

#### 第七章社会组织及公共关系机构

##### 第一节社会组织

##### 第二节公共关系社团

##### 第三节公共关系部

##### 第四节公共关系公司

#### 第八章公共关系人员

##### 第一节公共关系人员的公关意识

##### 第二节公共关系人员的心理素质

##### 第三节公共关系人员的知识结构

##### 第四节公共关系人员的能力结构

##### 第五节公共关系人员的职业准则

##### 第六节公共关系人员的培养及考评

#### 第三编客体

#### 第九章公众及其划分

##### 第一节公众的涵义与特征

##### 第二节公众的划分

第三节分析与确定公众

第十章公众关系协调

第一节内部公众关系

第二节外部公众关系

第四编媒体

第十一章传播理论与技巧

第一节传播概述

第二节大众传播媒介

第三节传播效果

第四节传播技巧

第十二章沟通方式与效果

第一节人际交往概述

第二节人际沟通方式

第三节人际沟通的效果

# 《公共关系学教程》

## 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：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)