

《公共关系理论与实务》

图书基本信息

书名：《公共关系理论与实务》

13位ISBN编号：9787030225740

10位ISBN编号：7030225740

出版时间：2008-8

出版社：科学出版社

页数：189

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

前言

目前高等教育界已形成共识，即高等职业教育的特色创建，应该把专业建设和课程建设作为突破口和着力点。随着高等职业教育建设力度的加大和教学改革的深化，建设有特色的高等职业教育就是摆在我们面前的重要任务。秘书专业是一个具有鲜明职业性和应用性的专业。高职教育的秘书专业和秘书课程也应具备鲜明的特色，体现出最新的专业建设理念，体现出人才培养模式和课程的深刻变革。秘书专业建设的现代理念，应建立在对秘书专业发展历史的前瞻性认识之上，同时也应建立在对社会变迁与秘书工作紧密相关性的清醒认识上。20世纪90年代，秘书专业教育的发展和秘书职业资格制度的建立，促进了秘书的职业化进程，秘书专业的职业指向由党政机关扩展到各行各业。现代社会的全球化、信息化、知识经济化的大趋势，也使秘书工作从“闭门弄纸笔”中解放出来，秘书和秘书工作已经发生了巨大变化。因而秘书专业的建设必须适应时代前进的节拍，并且要在科学预测的基础上，反映现代秘书工作的发展趋势。秘书专业建设的核心是构建专业的人才培养模式。在新理念指导下的秘书专业人才培养模式应该与秘书工作的实际深度结合，也就是探索秘书专业“产学合作”“工学交替”的培养人才的新模式。当然，秘书专业所面对的行业特性，使这种探索变得广泛而且复杂，需要我们释放出更多的教育智慧。秘书专业与秘书工作深度结合的人才培养模式必然带来秘书专业课程的巨大变革。原有的秘书专业课程是从中文、行政管理等专业中脱胎而来的，已经无法满足秘书职业化的要求。新的秘书专业课程，需要与秘书岗位的能力技能要求一致，与秘书的职业素质要求一致，与秘书工作的工作过程一体。

《公共关系理论与实务》

内容概要

《公共关系理论与实务》较为系统地介绍了公共关系学的基本理论与实务，主要内容包括公共关系三要素、公共关系工作程序、公共关系专题活动、公关礼仪、危机公关等。各章均以案例导入，章后附习题和实训项目。《公共关系理论与实务》可作为高职高专院校公共关系、秘书、经济管理等专业的教材，也可作为相关行业从业人员的学习和参考用书等。

《公共关系理论与实务》

书籍目录

序前言第一章 公共关系概述第一节 公共关系的概念第二节 公共关系的历史发展第三节 公共关系的职业前景与社会影响本章小结习题第二章 公共关系主体第一节 社会组织第二节 公关人员的基本素质要求第三节 公关人员的日常工作本章小结习题第三章 公共关系客体第一节 公众的基本特征和分类第二节 内部公共关系的协调第三节 外部公共关系的协调本章小结习题第四章 公共关系的传播与沟通第一节 公共关系传播目的与分类第二节 公共关系新闻第三节 公共关系广告第四节 公共关系人际交往第五节 公共关系演讲本章小结习题第五章 公共关系工作程序第一节 公共关系调查第二节 公共关系策划第三节 公共关系实施第四节 公共关系评估本章小结习题第六章 公关专题活动第一节 社会赞助活动第二节 展览会第三节 庆典活动第四节 开放参观活动第五节 联谊活动本章小结习题第七章 公共关系活动中的礼仪第一节 公关人员形象礼仪第二节 会见礼仪第三节 商务活动礼仪第四节 求职应聘礼仪本章小结习题第八章 危机公关第一节 公共关系危机事件的含义和特征第二节 公关危机事件的处理和预防第三节 公关危机事件的处理方法和原则本章小结习题主要参考文献

章节摘录

2. 公关意识增强，市场需求旺 改革开放之初，一批外资企业携发达国家先进的经营管理理念进入中国，其中也包括公共关系理念。因其适应市场经济发展的需要，所以获得了社会组织的普遍认可，得到了迅速的发展。公共关系涉及的领域从最初的宾馆服务业、企业界扩展到几乎所有的社会领域。根据中国国际公共关系协会发布的中国公关业2006年度调查报告，耐用消费品（汽车、家电等）、IT产品（计算机软、硬件及外设）、日用消费品（快速消费品等）、通信类产品（手机等）、医疗保健等企业传播和市场传播服务继续占据2006年度公共关系服务市场的前五位，市场份额分别为26%、20%、18%、10%和6%，其他为20%（见图1.2）。其中国际公司IT服务份额23%、本土公司耐用消费品份额31%，分别占据第一；国际公司在IT领域、本土公司在耐用消费品领域（尤其是汽车领域）分别占有较强的优势。据调查显示，文化体育、医疗保健、政府及非营利性机构、金融、房地产等行业成为当前公共关系服务最具潜力的领域。

《公共关系理论与实务》

编辑推荐

为突出基本理论与时基操作并重，激发学生对公共关系的学习兴趣，本教材把公共关系常见的若干种定义放在“知识拓展”栏目中，不作为必须掌握的知识，避免学生因定义繁琐，而难学难记。本教材试图解决大部分教材中个人与公共关系的矛盾和问题，把个人也作为公关主体的选项。同时，《高等职业教育“十一五”规划教材·高职高专文秘类教材系列：公共关系理论与实务》努力选用近几年国内媒体上公开报道的材料来代替外国的和古代的可能是比较经典的一些案例，增加案例的新鲜度，尽量贴近于现实生活。此外，本教材还在实践性环节设计上进行了项目细化，努力增加实训项目的可操作性、可考核性。案例分析题也尽量选取一些容易引起学生探究兴趣的题目。

《公共关系理论与实务》

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