

《公共关系》

图书基本信息

书名：《公共关系》

13位ISBN编号：9787300054421

10位ISBN编号：7300054420

出版时间：2007-5

出版社：中国人民大学

作者：周安华，苗晋平编

页数：430

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》

内容概要

《公共关系:理论、实务与技巧》(第2版)在学习公关理论、实务与技巧这门课程时,如何掌握方法,得其重点,以达事半功倍之效,原本是这本教材为工商管理学院学生的特殊定位所在。

《公共关系》

书籍目录

1章 绪论 第1节 公共关系的基本概念 第2节 公共关系的基本要素 第3节 公共关系的职能界定
2章 公共关系的产生与发展 第1节 公共关系的起源 第2节 公共关系产生的历史条件 第3节
公共关系的发展
3章 公共关系的主要职能与基本原则 第1节 公共关系的主要职能 第2节 公共
关系的基本原则
4章 公共关系的组织机构和人员 第1节 公共关系的组织机构 第2节 公共关系人
员
5章 几种常见的对象型公共关系 第1节 雇员关系 第2节 消费者关系 第3节 媒介关系
第4节 社区关系 第5节 股东关系 第6节 政府关系
6章 公共关系工作的一般程序 第1节 调查
研究 第2节 谋划对策 第3节 实施方案 第4节 效果评估
7章 公共关系专题活动 第1节 公共
关系专题活动及其作用 第2节 赞助活动 第3节 庆典活动 第4节 新闻发布会 第5节 开放组
织 第6节 展览会 第7节 举办会议
8章 公共关系中的人际交往 第1节 人际交往与形象塑造
第2节 人际交往中的语言技巧 第3节 人体语言的交际功能 第4节 人际交往中的心理障碍及克服
方法 第5节 常见的人际交往形式
9章 公共关系广告 第1节 公共关系广告的产生 第2节 公共
关系广告的创意与策划 第3节 公共关系广告的媒介选择
10章 公共关系活动模式 第1节 战略型
公共关系活动模式 第2节 战术型公共关系活动模式
11章 危机处理的公关技巧 第1节 公关危机
与危机公关 第2节 公关危机的预防和处理 第3节 分析“砸大奔”危机处理
12章 公共关系策划
第1节 公共关系策划概述 第2节 公共关系策划的科学思维 第3节 公共关系策划的方法
13章
CI战略 第1节 CI要旨 第2节 CI与公共关系 第3节 CI要素与设计要领 第4节 CI导入程序
第5节 导入CI的时机
14章 国际公共关系 第1节 对外交往中的国际公共关系 第2节 国际公共
关系的目标 第3节 国际公共关系活动 第4节 国际公关礼仪和外事规则参考文献

《公共关系》

编辑推荐

从试用的情况来看，受到广大学生和教员的好评。目前还被一些大专院校和企事业单位列为研究生、高职高专生、青年自学者以及商务人员、经理人员、营销人员、管理人员、公关人员岗位培训的基本教材或参考教材。考虑到这本教材拥有众多的使用者，以及为保持其教学过程的连续性，对该教材进行修订。

精彩短评

- 1、入门级
- 2、管理的书用我不敬的话说，比较水~
- 3、大学一年级教材

《公共关系》

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