

《公共关系学》

图书基本信息

书名：《公共关系学》

13位ISBN编号：9787810848466

10位ISBN编号：7810848461

出版时间：2006-8

出版社：东北财经大学出版社

作者：郝树人

页数：264

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

《公共关系学》

内容概要

本教材自出版以来,因其重点突出,简明实用,而深受读者的欢迎,社会影响力较大.此次修编仍保留了对公共关系基本理论\公共关系历史沿革和公共关系的基本构成要素的阐述,强调了公共关系的目标管理\社会组织形象管理和传播管理.本书增加了3章新的内容,即公共关系与企业文化\公共关系与营销文化\公共关系的网络传播.同时,本书也特别强调网上公共关系.因特网是公共关系操作中使用的最重要传播工具之一,应充分发挥因特网的优势,将其与传播交流工作很好地结合起来,在整合公共关系传播交流活动中最大限度地发挥其巨大的作用.

《公共关系学》

书籍目录

第1章 公共关系的基本理论 学习目标 1.1 公共关系的含义 1.2 公共关系的要素 1.3 公共关系的基本属性 1.4 公共关系的功能 案例 案例分析 本章小结 复习思考题第2章 公共关系的产生与发展 学习目标 2.1 公共关系产生与发展的社会历史条件 2.2 现代公共关系的产生 2.3 现代公共关系的发展 2.4 现代公共关系的特征 2.5 公共关系的发展趋势 案例 案例分析 本章小结 复习思考题第3章 公共关系主体 学习目标 3.1 社会组织 3.2 社会组织与环境 3.3 社会组织目标与公共关系目标 3.4 公共关系的组织机构 3.5 公共关系从业人员 案例 案例分析 本章小结 复习思考题第4章 公共关系客体 学习目标 4.1 公众及其分类 4.2 内部公共关系 4.3 外部公共关系 案例 案例分析 本章小结 复习思考题第5章 公共关系目标管理 学习目标 5.1 公共关系目标管理的内涵 5.2 确定公共关系目标的意义 5.3 目标的分解与量化确定 案例 案例分析 本章小结 复习思考题第6章 社会组织形象管理 学习目标 6.1 组织形象与内涵 6.2 组织形象的定位与设计 6.3 组织形象的建立与推广 6.4 组织形象的巩固与矫正 案例 案例分析 本章小结 复习思考题第7章 社会组织的传播管理第8章 公共关系礼仪第9章 公共关系与企业文化第10章 公共关系与营销文化第11章 公共关系网络传播主要参考文献

《公共关系学》

编辑推荐

《公共关系学》在原版的基础上保留了对公共关系基本理论、公共关系历史沿革和公共关系的基本构成要素的阐述，强调了公共关系的目标管理、社会组织形象管理和传播管理。《公共关系学》增加了3章新的内容，即公共关系与企业文化、公共关系与营销文化、公共关系的网络传播。希望《公共关系学》能引导学生和从事公共关系事业的人士科学而完整地掌握这门学科并将其用之于公共关系实践，从而为我国的公共关系学科的发展做出贡献。

《公共关系学》

精彩短评

1、说实话，对这门课程很不感冒，虽然课上的很有意思，但是考试很恶心。是一本背书的课程。

《公共关系学》

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