

《公共关系学》

图书基本信息

书名：《公共关系学》

13位ISBN编号：9787563913466

10位ISBN编号：7563913467

出版时间：2004-1

出版社：北京工业大学出版社

页数：337

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.tushu111.com

《公共关系学》

内容概要

本书是《市场营销系统教材》之一。全书共分十章，全面介绍了建立良好的公共关系应遵循的基本理论和实践方法。内容包括：绪论、公共关系的基本要素、主要职能、组织结构与人员、策划、专题活动、文字工作、实务技术、应用及礼仪。

为了便于教学和方便读者掌握本书内容，每一章列有“本章提要”，每章后附有案例与思考题。本书可作为高等院校市场营销专业的教材，亦可供从事市场营销或公关工作的社会在职人员阅读参考。

《公共关系学》

书籍目录

第一章 绪论 第1节 公共关系的涵义 第2节 公共关系的起源与发展 第3节 公共关系的发展趋势第二章 公共关系的基本要素 第1节 公共关系的主体——社会组织 第2节 公共关系的客体——公众 第3节 公共关系的媒介——传播第三章 公共关系的主要职能 第1节 树立形象 第2节 危机管理 第3节 增进效益第四章 公共关系组织结构与人员 第1节 公共关系的组织机构 第2节 公共关系从业人员第五章 公共关系策划 第1节 公关策划概述 第2节 公共关系调查 第3节 公共关系计划 第4节 公共关系实施 第5节 公共关系效果评估第六章 公共关系专题活动 第1节 公共关系专题活动概说 第2节 庆典活动 第3节 赞助活动 第4节 展览会 第5节 记者招待会 第6节 新闻发布会第七章 公共关系文字工作 第1节 概述 第2节 新闻写作 第3节 内部刊物第八章 公共关系实务技术 第1节 公共关系广告 第2节 公共关系谈判第九章 公共关系应用 第1节 组织内部公共关系 第2节 外部公众关系处理第十章 公共关系礼仪 第1节 概述 第2节 公共关系社交礼仪的类型与方法附录 附录一 企业公关法则10条 附录二 中国公共关系职业道德准则 附录三 英国公共关系协会（IPR）职业行为准则 附录四 美国公共关系协会（PRSA）职业行为准则 附录五 公关人员培训阶段及能力自测表 附录六 伦敦工商业会公共关系考试试题 附录七 一些国家的商务礼俗

精彩短评

1、比较浅显，但语言还是比较流畅的

《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.tushu111.com