

# 《公共关系学》

## 图书基本信息

书名：《公共关系学》

13位ISBN编号：9787302160656

10位ISBN编号：7302160651

出版时间：2007-9

出版社：清华大学出版社

页数：250

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](http://www.tushu111.com)

# 《公共关系学》

## 内容概要

本书涵盖了公共关系学的核心理论和基本内容，凝聚了公共关系学的重要操作技巧。全书着重介绍了公共关系的沟通技巧，公共关系的传播技巧，公共关系的活动策划、运作，危机公共关系的处理，CIS形象等知识，并增加了大型公共关系策划活动的内容、大型公共关系活动深度报道的技巧等新鲜内容。

全书突出实践指导性，有许多具体的操作案例与操作方法。与之相配套的案例库、电子教案、习题集和专题探讨，既有利于教学，也有利于自学，可作为各类本科院校及高职高专院校经济类、营销类、管理类、秘书类等相关专业的教材，也可作为各类企事业单位公共关系、市场营销和管理类工作人员的培训和参考读物。

# 《公共关系学》

## 书籍目录

第一章公共关系概论第一节公共关系的含义一、历史上公共关系的各种定义二、公共关系的含义三、公共关系学科第二节公共关系的构成要素及特征一、公共关系的构成要素二、公共关系的特征第三节公共关系的作用一、公共关系对社会组织的作用二、公共关系对个人的作用三、公共关系对社会的作用第四节公共关系理论的产生与发展一、公共关系理论产生的背景二、公共关系理论的出现三、公共关系理论成熟时期的重要思想四、公共关系创新时期的理论五、公共关系学全球化传播时期的理论第五节公共关系在中国的传播一、起步阶段：1980——1986二、发展阶段：1987——1989年三、规范阶段：1990——1993年四、完善发展阶段：1994年以后本章小结复习思考题第二章公共关系机构与公共关系从业人员第一节公共关系机构一、公共关系部二、公共关系公司三、公共关系协会四、公共关系公司与公共关系部门各自的优劣势比较第二节公共关系从业人员一、公关从业人员的素质二、公关人员的培养本章小结复习思考题第三章公共关系战略与策略第一节公共关系战略一、战略的内涵二、战略的价值三、公共关系的战略地位四、公共关系战略运行要素五、公共关系战略核心——CS战略第二节公共关系策略一、公共关系策略的内涵和作用二、经典公共关系策略三、全球化时代中国公共关系策略解析本章小结复习思考题第四章公共关系四大工作模块第一节公共关系形象调查一、公共关系形象调查的内容二、公共关系形象调查方法三、选择调查对象的方式四、实际形象调查的步骤……第五章公共关系沟通技巧第六章公共关系传播技巧第七章公共关系活动与专题活动第八章大型公共关系活动第九章危机公共关系管理第十章公共关系形象与CIS战略第十一章国际公共关系参考文献

# 《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](http://www.tushu111.com)