

# 现代公共关系学



[现代公共关系学\\_下载链接1](#)

著者:张荷英

出版者:北京经济学院出版社

出版时间:1996-10

装帧:平装

isbn:9787563805631

《现代公共关系学(修订第4版)》主要内容：公共关系学是专门研究现代社会组织如何处理好它所面临的多方面社会关系，以实现高质量经营管理的一门学科。《现代公共关系学(修订第4版)》是在第三版的基础上修订而成。内容包括：公共关系概述；公共关系的职能；公共关系工作的基本原则；公共关系组织机构与人员等。

作者介绍:

目录: 目录

第一章	公共关系概述
第一节	公共关系基本概念
第二节	公共关系学的研究对象与研究范围
第三节	公共关系的起源与发展
第四节	公共关系产生的历史条件
第五节	公共关系的界定
第二章	创建有中国特色的社会主义公共关系学
第一节	有中国特色的公共关系学的理论基础
第二节	吸收中国传统公共关系思想的精华
第三节	继承发扬中国共产党公共关系的优良传统
第四节	借鉴外国公共关系的先进经验

第三章 公共关系的职能  
第一节 采集信息  
第二节 传播沟通  
第三节 协调关系  
第四节 咨询建议  
第四章 公共关系的基本原则  
第一节 以事实为基础  
第二节 以公众研究为依据  
第三节 以科学理论为指导  
第四节 以公众利益为出发点  
第五节 以全员PR为保证  
第六节 以上层领导支持为动力  
第五章 公共关系组织机构与人员  
第一节 组织内部的公关部  
第二节 公共关系公司  
第三节 公共关系社团  
第四节 公共关系人员  
第五节 公共关系人员的培养  
第六章 公共关系工作的一般程序  
第一节 调查研究  
第二节 制订计划  
第三节 策动传播  
第四节 评价结果  
第七章 公关应用操作技术——写作  
第一节 新闻稿的写作  
第二节 公关公文  
第三节 企业刊物  
第八章 公共关系应用技术——各种专题活动  
第一节 记者招待会  
第二节 展览会  
第三节 赞助  
第四节 对外开放参观  
第五节 宴会、自助餐和酒会  
第六节 庆典活动  
第九章 公关应用操作技术——演讲  
第一节 公关演讲的作用  
第二节 演讲的基本因素  
第三节 准备演讲内容时考虑的因素  
第四节 演讲开场白的艺术  
第五节 演讲结束语的艺术  
第六节 演讲有声语言的艺术  
第七节 演讲姿势语言的艺术  
第八节 即席发言  
第九节 培养演说才能的方法  
第十章 公共关系应用技术——广告  
第一节 什么是广告  
第二节 广告的演变过程  
第三节 公共关系广告与商品广告的区别  
第四节 公共关系广告的类型  
第五节 公共关系广告写作原则  
第六节 公共关系广告效益的测算  
第十一章 公关应用操作技术——谈判  
第一节 什么是谈判  
第二节 谈判的过程

第三节 谈判策略与技巧  
第十二章 公共关系活动  
第一节 危机公关——如何应付意外事件  
第二节 如何制造新闻  
第十三章 公共关系礼仪  
第一节 日常交往礼仪  
第二节 见面时的礼仪  
第三节 交谈时的礼仪  
第四节 作客与待客的礼仪  
第五节 其他礼仪  
第六节 对外交往礼仪  
第七节 中外民间节日  
案例  
案例一 名震京华的mem' s  
案例二 80年代美国最差公关案例  
案例三 80年代美国最佳公关案例——“泰莱诺尔” 药物中毒事件  
案例四 世妇会外商战酣  
案例五 情感公关架金桥  
• • • • • ([收起](#))

[现代公共关系学\\_下载链接1\\_](#)

标签

公共关系学

评论

-----  
[现代公共关系学\\_下载链接1\\_](#)

书评

