

# 公关员职业培训与鉴定教材



[公关员职业培训与鉴定教材\\_下载链接1](#)

著者:惠民 居易

出版者:复旦大学出版社

出版时间:1999-09

装帧:平装

isbn:9787309023633

## 内 容 提 要

本书是国家职业资格工作委员会公共关系专业委员会组织专家学者，按照国家劳动和社会保障部要求，依据《公共关系人员国家职业标准》的内容范围、等级划分和比重分配编写的第一本公关职业培训教材，全书分基础知识、沟通协调、信息传播、调查与评估、专题活动、危机管理、公关管理与咨询等7个部分，体现了以公关职业为核心，以技能要求为导向的思想，包括了初、中、高三级公关员的工作内容、技能和相关的知识要求，是1999年下半年即将开始的公关职业培训的专用教材。这本教材打破了常见的公关学科体系框架，首次采用了模块式结构，按照该职业的工作特点、

职业功能和工作内容分类编写，不同等级有不同深度的内容要求，层次清楚，通俗易懂，适于培训教学。

作者介绍:

目录: 目 录

导论 基础知识

第一节 基础理论

一 公共关系的涵义

二 公共关系的要素

三 公共关系的职能

四 公共关系的工作程序

第二节 公共关系发展史

一 中国公共关系事业的发展历程和现状

二 国外公共关系发展史

第三节 公共关系职业道德规范

一 公共关系职业道德规范的必要性

二 公共关系职业道德规范的形成过程

三 公共关系职业道德规范的内容和基本要求

第一章 沟通协调

初级公关员

第一节 礼仪礼貌

一 按日常礼仪规范进行接待活动

二 起草和收发日常公关文书

第二节 演讲介绍

一 组织一般情况介绍

二 协助组织演讲活动

第三节 日常沟通与协调

一 一般性投诉处理

二 与主要内外公众的事务性联系

中级公关员

第四节 接待联络

一 按礼仪规范进行中外接待活动

二 社交礼仪类公关文书的撰写

第五节 演讲及其主持人

一 组织历史和现状情况介绍

二 演讲活动主持人的角色及其要求

第六节 公众关系处理

一 处理投诉的主要方式

二 与主要外部公众的信息沟通

三 安排组织领导与内部公众进行沟通交流

高级公关员

第七节 接待筹划和谈判组织

一 制订和审订接待计划

二 谈判的组织与安排

第八节 演讲介绍

一 组织全面情况介绍

二 演讲稿的撰写

第九节 内外公众关系处理的计划制订

一 投诉处理机制的建立

二 与外部公众沟通交流计划的制订

### 三 与内部公众沟通交流计划的制订

## 第二章 信息传播

### 初级公关员

#### 第一节 新闻媒介

##### 一 我国新闻媒体概况

##### 二 新闻媒介的基本类型和特点

##### 三 建立新闻资料库

#### 第二节 新闻发布

##### 一 准备新闻发布资料

##### 二 邀请新闻媒介人员

##### 三 布置新闻发布会现场

#### 第三节 新闻宣传稿的编写

##### 一 新闻的结构

##### 二 新闻的类型

#### 第四节 其他媒介传播手段

##### 一 编办内部板报和宣传栏

##### 二 印发对外宣传页

### 中级公关员

#### 第五节 新闻传播的一般程序

##### 一 选择稿件

##### 二 修改稿件

##### 三 制作标题

##### 四 组织报道

#### 第六节 新闻发布稿的写作

##### 一 新闻发布资料的核实

##### 二 各类新闻发布稿的写作

#### 第七节 新闻发布会的程序和礼仪

##### 一 新闻发布会程序

##### 二 新闻发布会礼仪

#### 第八节 编印内部刊物

##### 一 内部刊物的功能

##### 二 内部刊物的式样

##### 三 内部刊物的编写与发行

#### 第九节 印发对外宣传册

##### 一 对外宣传册的特点和意义

##### 二 对外宣传册的内容

### 高级公关员

#### 第十节 媒介计划的制定

##### 一 选择媒介的原则

##### 二 运用媒介的方式

#### 第十一节 有关新闻的政策法规

##### 一 关于新闻发布

##### 二 关于新闻报道

##### 三 关于禁载

##### 四 关于职业道德和禁止“有偿新闻”

#### 第十二节 制定新闻发布计划

##### 一 制定新闻发布计划的程序

##### 二 新闻发布计划的内容

##### 三 制定新闻发布计划的原则

#### 第十三节 新闻发言人

##### 一 新闻发言人制度

##### 二 新闻发言人的作用

##### 三 新闻发言人必备

#### 第十四节 制作内部声像资料

- 一 内部声像资料的特点
- 二 内部声像资料的内容
- 三 内部声像资料（公关宣传片）的制作
- 第三章 调查与评估
- 初级公关员
- 第一节 调查概述
  - 一 调查的概念、目的和意义
  - 二 调查的基本程序
  - 三 调查方案的制定
- 第二节 调查方式的设计
  - 一 常规调查方法介绍
  - 二 常规调查方法的运用
- 第三节 调查方案的实施
  - 一 企业内部与小型项目观察调查法的实施
  - 二 企业内部与小型项目访谈调查法的实施
  - 三 文献调查法的实施步骤
  - 四 问卷调查法的实施步骤
- 中级公关员
- 第四节 调查与评估方案的制定
  - 一 中型调查的程序
  - 二 调查方案的设计
  - 三 公关调查的内容
  - 四 公共关系评估
  - 五 调查中的法律意识与知识
- 第五节 调查方式的选择和确定
  - 一 各种调查方法的类型
  - 二 设计调查方案的基本原则
  - 三 几种调查方法的设计
- 第六节 调查与评估报告的编写
  - 一 调查资料的整理
  - 二 调查资料的统计分析
  - 三 调查报告的编写
  - 四 公共关系评估报告的编写
- 高级公关员
- 第七节 调查与评估的宏观调控
  - 一 调查立项与项目承接
  - 二、调查立项的洽谈与合同订立
  - 三、调查项目的经费预算
- 第八节 调查方式的优化
  - 一 调查方案与评估方案的筛选优化
  - 二 各种调查方法的取舍原则
  - 三 审查问卷设计的要则
  - 四 深度访谈法与征集创意的方法
  - 五 抽样调查的方法
- 第四章 专题活动
- 初级公关员
- 第一节 专题活动概述
  - 一 公关专题活动的定义
  - 二 公关专题活动的类型
  - 三 公关专题活动的作用
- 第二节 专题活动的若干应用技能
  - 一 背景材料的收集和应用
  - 二 常用工具的应用
  - 三 小团体传播媒介的应用

### 第三节 专题活动策划和实施的程序

#### 一 专题活动策划的程序

#### 二 专题活动实施的程序

### 第四节 小型活动策划和实施的要点

#### 一 小型活动的概念及其策划要点

#### 二 小型活动的实施要点

### 中级公关员

### 第五节 大型活动概述

#### 一 大型活动的概念及其特点

#### 二 大型活动的策划原则

#### 三 大型活动的社会作用

### 第六节 大型活动的策划方法

#### 一 群体组合策划模式

#### 二 策划会的组织

#### 三 大型活动构思的方法

#### 四 大型活动预算的方法

#### 五 大型活动评估标准的设计

### 第七节 大型活动策划要点

#### 一 以充分的调查为策划依据

#### 二 反复提炼主题

#### 三 实施操作设计

#### 四 履行必要的审批工作程序

### 高级公关员

### 第八节 系列活动策划概论

#### 一 系列活动的概念

#### 二 系列活动的策划技巧

### 第九节 系列活动的策划要点

#### 一 可行性研究

#### 二 应急程序设计

#### 三 传播的策略

#### 四 效果的预测

### 第十节 系列活动实施的综合管理

#### 一 程序化管理原则

#### 二 系列活动管理的模拟训练

## 第五章 危机管理

### 初级公关员

### 第一节 危机概述

#### 一 危机的基本概念

#### 二 公共关系危机的特点

#### 三 危机资料的搜集与提供

### 第二节 危机处理及其原则

#### 一 危机的类型

#### 二 危机处理的基本原则

#### 三 危机过程与危机处理程序

#### 四 协助处理一般危机事件

### 中级公关员

### 第三节 危机管理计划的制定

#### 一 危机管理计划的制订

#### 二 危机管理过程的协调

### 第四节 危机管理操作

#### 一 危机对策与基本技巧

#### 二 危机处理过程中的新闻发布

### 高级公关员

### 第五节 危机管理与预警

一 危机管理预警方案的制定  
二 审定危机管理计划  
第六节 危机管理方案演习及善后  
一 危机管理预警方案的演习  
二 危机善后工作要点  
第六章 公关管理与咨询  
初级公关员  
第一节 组织形象管理与咨询概述  
一 组织形象管理的一般理论  
二 组织形象咨询的一般理论  
中级公关员  
第二节 组织形象管理与咨询的实施  
一 组织形象管理的具体原则和方法  
二 组织形象评价与社会舆论监测  
三 组织形象咨询的操作程序和方法  
第三节 公共关系部门的管理  
一 公共关系部的职能  
二 公共关系部的管理  
三 公共关系部与组织其他部门的关系  
四 公共关系部的经费预算和管理  
高级公关员  
第四节 组织形象管理与咨询的整体观  
一 组织形象管理的整体观及其方法  
二 组织形象咨询的整体观及其运作  
第五节 公共关系公司的管理  
一 公共关系公司的职能和类型  
二 客户选择公共关系公司的标准  
三 公共关系公司的管理要点  
四 公共关系公司与公共关系部各自的优劣势比较  
附：公共关系人员国家职业标准  
后记  
· · · · · (收起)

[公关员职业培训与鉴定教材\\_下载链接1](#)

标签

gvds

评论

-----  
[公关员职业培训与鉴定教材\\_下载链接1\\_](#)

书评

-----  
[公关员职业培训与鉴定教材\\_下载链接1\\_](#)