



北京市高等教育精品教材

高职高专公共基础课规划教材
公共关系与现代礼仪培训教材

公共关系与 现代礼仪教程

(第4版)

宋常桐 耿燕 主编

王璐 高炯 副主编



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

<http://www.phei.com.cn>



欢迎登录 **免费** 获取本书教学资源
<http://www.hxedu.com.cn>

高职高专公共基础课规划教材 公共关系与现代礼仪培训教材

应用数学基础	黄裕建
经济数学基础与应用	康永强
应用文写作实训教程	卢云峰
经济数学基础教程——微积分	张淑娟
经济数学基础教程——概率统计与线性代数	张淑娟
现代企业管理理论与实务	王丹 王娟
计算机应用基础教程	曾东海
实用商务英语教程	宋晓星 黄中军
人际沟通与交流	郑强国
沟通与礼仪	袁锦贵
● 公共关系与现代礼仪教程 (第4版)	宋常桐 耿燕
商务沟通与礼仪实务教程	毛锦华 周晓



责任编辑：贺志洪
封面设计：漫酷文化

ISBN 978-7-121-20422-7



9 787121 204227 >

定价：39.00元



北京市高等教育精品教材

高职高专公共基础课规划教材

公共关系与现代礼仪培训教材

公共关系与 现代礼仪教程

(第4版)

宋常桐 耿燕 主编

王璐 高炯 副主编



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

内 容 简 介

本书遵循公关礼仪的基本过程和规律, 具体介绍: 公共关系主体与客体、公共关系调查、公共关系策划、专题公关活动、危机公关、公共关系广告、公共关系的传播沟通方式、商务礼仪、办公室礼仪、接访举止礼仪、会务仪式礼仪等基本知识, 并通过指导学生实训演练, 达到学以致用、强化应用技能培养的目的。

本书自出版以来, 因为写作质量高、注重与时俱进, 深受全国各类高校广大师生欢迎, 并于 2007 年被北京市教委评为“北京市高等教育精品教材”。目前本书已 16 次重印。值此第 4 次再版之际, 作者审慎地对原教材进行了结构调整和新知识补充等修订, 使其更贴近经济生活, 更符合社会发展, 以便更好地为国家经济建设和教学实践服务。

本书是一本与时俱进的集成化教材。它突破了传统的杯子转、盘子转、裙子转的公关礼仪写法, 包括极其深刻的内涵; 其目的是树立国家和企业的形象, 提高企业的市场核心竞争力, 培养优秀的外向型管理人才等内容。

本书既可作为高职高专及应用型院校各专业学生公共基础课的首选教材, 也可作为各类企业人员的在职培训用书; 对于广大社会读者来说, 也是一本提高公关能力的自我训练手册。

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有, 侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

公共关系与现代礼仪教程/宋常桐, 耿燕主编. —4 版. —北京: 电子工业出版社, 2013. 6

高职高专公共基础课规划教材

ISBN 978-7-121-20422-7

I. ①公… II. ①宋… ②耿… III. ①公共关系学—高等职业教育—教材②礼仪—高等职业教育—教材
IV. ①C912.3②K891.26

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 102115 号

策划编辑: 束传政

责任编辑: 贺志洪

特约编辑: 徐 堃 薛 阳

印 刷: 北京市李史山胶印厂

装 订: 北京市李史山胶印厂

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本: 787×1092 1/16 印张: 20.5 字数: 520 千字

印 次: 2013 年 6 月第 1 次印刷

印 数: 4000 册 定价: 39.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系, 联系及邮购电话: (010)88254888。

质量投诉请发邮件至 zlts@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线: (010)88258888。

编审委员会

主任：牟惟仲

副主任：林 征 冀俊杰 张昌连 李大军 束传政 鲁彦娟
吕一中 张建国 王 松 车亚军 王黎明 田小梅

编 委：梁 露 延 静 吴慧涵 林玲玲 李 洁 邵海峡
孟乃奇 宋晓星 鲍东梅 卜晓铃 张淑娟 陈 捷
孟繁昌 周 晓 黑 岚 王海文 薄雪萍 钟丽娟
李 明 耿 燕 黄中军 吴青梅 许 玲 李 康
王 月 刘 铮 张 蕾 彭爱美 孙慧君 李俊琦
冯丽霞 陈燕妮 杨 昆 丁玉书 马继兴 梁红霞
温 智 朱凤仙 刘 剑 毛锦华 曹林纳 王 波

总 编：李大军

副总编：吴慧涵 李 洁 彭爱美 冯丽霞 李 明 宋晓星

序 言

随着我国改革开放进程的加快和社会主义市场经济的快速推进，中国经济已经连续多年保持着持续、高速、稳定的增长态势，并且进入了一个最为活跃的经济快速发展时期。随着我国加入 WTO 后有关承诺条款的逐年兑现，众多外资企业纷纷抢滩登陆、进军中国市场；不仅促进我国经济迅速地融入世界经济全球化的大潮之中，而且也促使中国经济国际化发展的特征越发日益凸显。

目前我国正处于经济快速发展与社会变革的重要时期，随着经济转型、产业结构调整、传统企业改造，涌现了一大批电子商务、文化创意、绿色生态及循环经济等新型产业；面对国际化市场的激烈竞争、面对新一轮的人才争夺，我国企业既要加快管理体制与运营模式的整改，也要注重加强经营理念与管理方法的不断创新，更加注重企业发展的本土化策略、抓紧培养具有创新意识和掌握新专业知识的技能型人才；这既是企业立于不败之地的根基，也是企业可持续长远发展的重要战略选择。

处于知识经济时代，科学技术的发展越来越快，高科技促使专业研究深入、驱使社会分工越来越精细。公共基础课作为各专业的根基，既为学习好后续专业课程做铺垫，也为培养高素质人才打好必要的牢固基础，注重基础教育是我国的基本国策。结合中国共产党第十八次代表大会提出“扎实推进社会主义文化强国建设”的号召，本套教材的出版对帮助学生掌握基础教育文化知识，提高素质能力具有重要意义。

针对我国高职基础教育偏弱、教材陈旧、脱离实际、缺乏与时俱进等问题，为了适应我国经济发展、产业调整、新兴产业兴起、社会变革对“基础牢、会动脑、有后劲、肯动手”人才培养的需要，为了全面贯彻中国共产党第十八次代表大会提出“扎实推进社会主义文化强国建设”的号召，结合高职高专院校公共基础课教学计划及课程设置与调整的实际，我们组织北京财贸职业学院、深圳职业技术学院、首钢工学院、黑龙江工商职业学院、北京联合大学、山西商务职业学院、北方工业大学、海南职业学院、北京城市学院、吉林工程技术师范学院、北京朝阳职工大学、牡丹江大学、北京西城经济科学大学、辽宁省交通高等专科学校、北京石景山社区学院、华北科技学院、北京宣武红旗大学、黑龙江商务技术学院等全国 30 多所高职高专院校的主讲教师及有关专家教授，在多次研讨论证和深入实际调查的基础上，共同精心编撰了此套系列教材，旨在更好地服务于我国高职公共基础课程教学。

本套教材作为高职教育公共基础课程的特色教材，坚持以科学发展观为统领，严格按照教育部“加强职业教育、注重基础教学”的要求，根据高职教育基础课程教学大纲，包括：《经济数学基础教程——微积分》、《经济数学基础教程——概率统计与线性代数》、《财经应用文写作》、《公共关系与现代礼仪》、《实用商务英语教程》、《职业教育与就业指导》、《人际沟通与交流》等。

由于本套教材融入高等职业教育公共基础课程最新的创新实践教学理念，注重基础知识、突出学生应知应会、强化人素质与能力的培养；具有理论适中、知识系统、语言简

洁、案例经典、侧重实践能力训练等特点，且采取新颖统一的体例格式化设计；因此本套教材既可作为高职高专、成人教育院校工商管理、经济管理、物流管理、信息管理、金融管理、财税等专业教学的首选教材，同时兼顾高等自学考试，对于广大社会读者也是提高文化素质教育有益的参考读物。

教材编委会

2013年4月

再版前言

随着改革开放的不断深入，我国经济进入了稳定、快速的发展时期；当前外资、合资等企业争抢进军中国市场，企业要想在激烈的市场竞争中获胜，就必须加强经营理念与管理方法的创新，更加注重企业文化和公关礼仪。公关礼仪是创造品牌、树立形象、提高竞争力的强大助推器，成为衡量一个国家管理水平的重要标志之一。为此，培养高质量公关礼仪人才既是企业发展的当务之急，也是加强社会主义精神文明建设，构建和谐社会的迫切需要。

公关礼仪是一门综合性学科，具有深刻的人文内涵，通过其理论指导和社会实践，既可以帮助各行各业企事业单位及个人争取社会公众理解，获取合作与支持，不断完善自我，优化生存环境；也可以有效地帮助初闯社会的青年人规范言行，学会沟通，激发创造性思维，树立现代公众意识，提高自身素质与能力，增强潜在的竞争力。

本书是一本与时俱进的集成化教材，突破传统杯子转、盘子转、裙子转、酒桌的公关礼仪写法，结合中国共产党第十八次代表大会“扎实推进社会主义文化强国建设”的号召，重点突出树立和提升国家与企业形象、提高市场竞争力、培养优秀外向型管理人才。本书的出版对学生走上社会，“做事先做人”，以及进行就业岗前培训具有特殊意义。

本书作为高职高专公共基础课程的特色教材，共十二章，以学习者应用能力培养为主线，坚持以科学发展观为统领，严格按照教育部“加强职业教育、突出实践应用技能培养”的要求，遵循公关礼仪的基本过程和规律，具体介绍公共关系主体与客体、公共关系调查、公共关系策划、专题公关活动、危机公关、公共关系广告、公共关系传播沟通方式、接访礼仪、办公室礼仪、形象举止礼仪、沟通礼仪等基本知识，并通过指导学生的实训体验过程，培养其实战能力，提高应用技能。

本书自出版以来，因写作质量高、注重与时俱进，深受全国各类高校广大师生欢迎，并于2007年被北京市教委评为“北京市高等教育精品教材”。目前本书已16次重印。值此第4次再版之际，作者审慎地对原教材进行了“去粗取精”和新知识补充等修订，使其更贴近经济生活，更符合社会发展，能够更好地为国家经济建设和教学实践服务。

由于本书融入了公关礼仪最新实践教学理念，力求严谨，并注重强化社会实践和实际应用，具有知识系统、内容翔实、案例鲜活、贴近实际等特点，且采用新颖的一体化格式设计，所以本书既可以作为高职高专及应用院校各专业学生公共基础课的首选教材，也可作为各类企业人员的在职培训用书；对于广大社会读者来说，也是一本有益的提高公关能力的自我训练手册。

本书由李大军进行总体方案策划并具体组织，宋常桐和耿燕任主编，耿燕统改稿，王璐、高炯任副主编。本书由具有丰富教学实践经验的国际公关礼仪专家周晓教授审定。作者分工如下：牟惟仲编写序言，宋常桐编写第一章，郑强国编写第二章，白大勇编写第三章，王璐编写第四章和第五章，毛锦华编写第六章，周晓编写第七章，耿燕编写第八章和第十章，耿燕、朱凤仙编写第九章，高炯编写第十一章和第十二章，丁玉书、贾晓龙、周

鹏编写附录；华燕萍负责文字修改和版式调整，李晓新负责制作课件。

在本书修订过程中，我们参阅借鉴了国内外有关公共关系与现代礼仪方面的最新书刊资料和业界的研究成果，并得到有关内外贸企业市场部经理、公关咨询公司经理及多位专家教授的具体指导，在此一并致谢。为配合各院校教学，我们提供了配套的电子课件，读者可以从电子工业出版社网站（www.phei.com.cn）免费下载使用。因作者水平有限，书中难免存在不妥之处，恳请广大同行和读者批评指正。

作者

2013年4月

目 录

上篇 公共关系部分

第一章 公共关系概述	3
第一节 公共关系的概念与原则	4
一、公共关系的概念	4
二、公共关系的目的	6
三、公共关系的原则	7
第二节 公共关系的基本构成要素	7
一、社会组织	8
二、社会公众	8
三、传播与沟通	8
第三节 公共关系的活动类型	8
一、建设型公共关系	8
二、维系型公共关系	10
三、矫正型公共关系	10
四、进攻型公共关系	11
五、宣传型公共关系	12
六、交际型公共关系	12
七、服务型公共关系	13
八、社会型公共关系	13
九、防御型公共关系	14
十、征询型公共关系	14
第四节 公共关系的发展历程	15
一、外国早期的公共关系思想与活动	15
二、中国早期的公共关系思想与活动	16
三、现代公共关系的产生与发展	17
四、公共关系在中国	22
复习思考题	26
案例分析	26
实践课堂	28
拓展阅读	28
第二章 公共关系的主体	31
第一节 社会组织	33

一、	二、	三、	33
二、	三、	34	34
第二节	公共关系机构	36	36
一、	二、	三、	42
第三节	公共关系人员	43	43
一、	二、	47	47
复习思考题		48	48
案例分析		48	48
实践课堂		49	49
拓展阅读		49	49
第三章	公共关系的客体——公众	50	50
第一节	公众的概念与分类	51	51
一、	二、	三、	53
第二节	公共关系中的几类重要目标公众	56	56
一、	二、	三、	60
四、	62		
复习思考题		63	63
案例分析		63	63
实践课堂		64	64
拓展阅读		65	65
第四章	公共关系的传播沟通方式	66	66
第一节	语言文字传播方式	67	67
一、	二、	三、	71
四、	73		
第二节	电子实像传播方式	74	74
一、	二、	75	75
第三节	其他传播方式	76	76
一、	76		

二、视觉性非语言传播	77
复习思考题	78
案例分析	78
实践课堂	80
拓展阅读	80
第五章 公共关系调查	83
第一节 公共关系调查的意义和原则	84
一、公共关系调查的意义	84
二、公共关系调查的原则	85
三、公共关系调查的重要性	86
第二节 公共关系调查的内容与程序	87
一、公共关系调查的内容	87
二、公共关系调查的程序	89
第三节 公共关系调查方法	92
一、文献资料研究法	92
二、民意测验法	93
三、公共关系审查法	96
四、公共关系预测法	96
复习思考题	100
案例分析	100
实践课堂	101
拓展阅读	101
第六章 公共关系策划	104
第一节 公关关系策划	105
一、公共关系策划的作用	105
二、公共关系策划的原则	106
第二节 公共关系策划的程序和技巧	107
一、公共关系具体策划程序	107
二、公共关系策划的技巧	107
复习思考题	111
案例分析	111
实践课堂	112
拓展阅读	112
第七章 专题公关活动	114
第一节 赞助活动	115
一、赞助活动的概念及作用	115
二、常见的赞助形式	115
三、公关赞助的基本原则	116

	四、赞助活动的策划	116
	五、公关赞助活动流程	118
第二节	新闻发布会	119
	一、新闻发布会概述	119
	二、新闻发布会策划流程	121
	三、新闻发布会策划方案示例	123
第三节	公共关系广告	127
	一、公共关系广告的概述	128
	二、公共关系广告与商业广告的区别	129
	三、公共关系广告的作用	130
第四节	危机公关	130
	一、危机的类型	131
	二、危机公共关系的意义	132
	三、危机的预测和预防	132
	四、公共关系部门的作用	132
	五、危机公关处理	133
	六、危机沟通技巧	137
第五节	其他专题公关活动	140
	一、庆典活动	140
	二、展览、展销会	141
	三、开放参观	143
	复习思考题	144
	案例分析	144
	实践课堂	146
	拓展阅读	146

下篇 现代礼仪部分

第八章	礼仪概述	151
第一节	礼仪的概念与发展	152
	一、礼仪的基本概念	152
	二、我国礼仪的形成与发展	153
	三、礼仪的特征	155
第二节	礼仪的原则与作用	156
	一、礼仪的分类	156
	二、礼仪的基本原则	157
	三、礼仪的作用	158
第三节	中西方礼仪	160
	一、造成中西方礼仪差异的影响因素	161
	二、主要西方礼仪	164

复习思考题	166
案例分析	166
实践课堂	167
拓展阅读	168
第九章 形象举止礼仪	173
第一节 形象的含义和重要性	174
一、形象的含义	174
二、形象的重要性	174
第二节 仪容仪表礼仪	175
一、仪表和仪容	175
二、头部—仪容的重心	176
三、面部—皮肤的保养	178
四、面容—修饰化妆	179
第三节 服饰礼仪	181
一、服饰概述	181
二、服饰的重要性	181
三、服饰穿戴原则	183
四、女士服饰礼仪	186
五、男士服饰礼仪	191
第四节 仪态举止礼仪	197
一、标准站姿	197
二、标准坐姿	200
三、标准行姿	203
四、握手礼仪	204
复习思考题	206
案例分析	207
实践课堂	207
拓展阅读	208
第十章 接访礼仪	212
第一节 接待礼仪	213
一、接待原则	213
二、准备工作	214
三、迎客礼仪	214
四、乘车礼仪	215
五、待客之道	216
六、相见时的礼仪	217
七、送客的礼仪	220
第二节 拜访礼仪	221
一、拜访的时机	221

	二、拜访的准备	222
	三、成功拜访进行时	222
	四、什么时候告辞	223
第三节	宴请礼仪	223
	一、赴宴礼仪	223
	二、中餐宴会礼仪	225
	三、西餐宴会礼仪	228
第四节	馈赠礼仪	231
	一、馈赠的含义	231
	二、馈赠的目的	231
	三、馈赠的原则	232
	四、赠送礼仪	235
	复习思考题	236
	案例分析	236
	实践课堂	237
	拓展阅读	238
第十一章	沟通礼仪	241
第一节	语言沟通的原则	242
	一、沟通的原则	242
	二、危机公关沟通的原则	243
第二节	沟通的技巧	245
	一、语言沟通技巧	245
	二、非语言沟通技巧	249
第三节	电话礼仪	251
	一、打电话的礼仪	251
	二、接听电话的礼仪	252
	三、转接电话的礼仪	253
	四、通话中的礼仪	253
第四节	信函礼仪	254
	一、普通信函礼仪	254
	二、英文商务信函礼仪	256
	三、电子信函礼仪	260
第五节	谈判礼仪	264
	一、谈判准备礼仪	264
	二、谈判人员的礼仪	266
	三、签约礼仪	267
第六节	会议礼仪	270
	一、发布会礼仪	270
	二、展览会礼仪	272

三、赞助会礼仪	273
四、茶话会礼仪	274
复习思考题	275
案例分析	275
实践课堂	275
拓展阅读	276
第十二章 办公室礼仪	280
第一节 办公室礼仪原则	281
一、衣着原则	281
二、行为原则	281
三、工作原则	282
第二节 处理好上、下级关系的方式	282
一、对待上级的礼仪	282
二、对待下级的礼仪	284
第三节 处理好同级关系的方式	286
一、相互尊重是基础	286
二、真心相处很重要	288
三、平时交往要谨慎	289
第四节 办公室谈吐准则	290
一、态度诚恳、措辞文雅	290
二、语言优美、幽默豁达、言谈得体	290
三、善于倾听	291
四、谈吐禁忌	292
第五节 办公室环境维护准则	293
一、办公自然环境的要求	293
二、办公环境布置	293
三、办公室公共环境的清洁	294
四、个人办公环境维护	295
复习思考题	296
案例分析	296
实践课堂	297
拓展阅读	297
附录 A 公共关系行业产品标准	300
附录 B 网络公关服务规范（指导意见）	301
附录 C 公关服务行业自律公约实施细则	305
附录 D 公共关系行业人力资源标准（指导意见）	308
参考文献	310