



手
冊

关
系

公
共

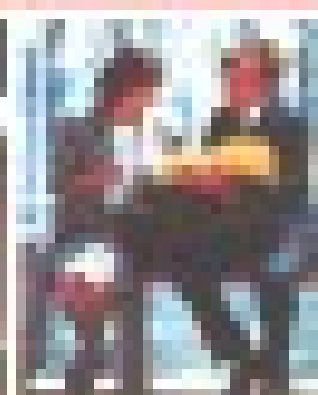




手
冊

关
系

公
共



公共关系手册

居 易主编

安徽人民出版社

责任编辑 李道平

封面设计 杨丛林

公共关系手册

居 易 主编

安徽人民出版社出版

安徽省出版总社激光照排服务部照排

安徽省新华书店发行 巢湖地区印刷厂印刷

开本:787×1092 1/32 印张:21.375 字数:48万

1989年12月第1版 1989年12月第1次印刷

印数:00,001—04,000

ISBN7-212-00215-1/C·16

定价:8.50元

《公共关系手册》编著人员名单

主 编:居 易

副主编:方美珍 陈 晓 方光罗 赵胜军

编著者:(以姓氏笔画为序)

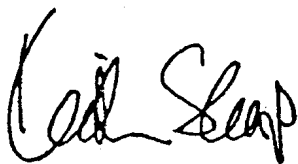
刁德霖	马卫东	马运生	马顺生
汪树华	田家治	权 裕	许有森
余明阳	吴丽兵	吴晓明	何 英
茅培基	杨佩媛	居延安	张安腾
张 磊	明安香	罗 刚	岳 楠
袁 皓	郭惠民	徐雷虹	高旭良
黄邦汉	梁 飞	廖为建	魏丽军

中华人民共和国第一本《公共关系手册》出版了,我感到非常高兴,并表示衷心的祝贺。

作为一本兼有公共关系学基本理论及其方法论的入门和探讨性的工具书,《公共关系手册》必将有助于促进公共关系实践在中国的进一步发展。

中国公共关系事务发展的趋向及前景给我留下了深刻的印象,因此,我深信,每一个从事公共关系事务的人士,都将对本手册的出版感到欣慰和满意。

美国博雅公关公司香港公司总裁

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Cecil Searp". The signature is fluid and cursive, with the first name "Cecil" and the last name "Searp" clearly distinguishable.

目 录

基本原理

社会.....	(3)
人.....	(6)
社会与人	(11)
组织行为与管理	(25)
组织	(25)
行为	(29)
管理	(33)
社会关系与公共关系	(35)
关系与公共关系	(35)
公共关系的定义	(40)
公共关系学的基本概念	(48)
关系的作用及其价值	(53)
公共关系研究的意义、方向和特色.....	(61)
公共关系研究的意义	(61)
公共关系研究的方向	(64)

公共关系研究的特色	(68)
-----------------	------

历史沿革

人类发展与公共关系	(77)
“公共关系”一词的最早使用	(77)
古代的准公共关系活动	(77)
在罗马和希腊的早期发展	(79)
黑暗时代的公共关系活动	(80)
美国创始时期和塞缪尔·亚当斯	(80)
潘恩、弗兰克林和汉密尔顿	(81)
有组织公共关系活动的出现	(82)
“公众是该诅咒的”	(83)
公共关系的鼻祖	(83)
在第一次世界大战中的作用	(84)
富兰克林·罗斯福和约翰·肯尼迪	(85)
形象和冰山	(86)
公共关系与企业个性的保证	(87)
双向的活动	(88)
专业化的趋势	(88)
政治和公共关系	(89)
金融公共关系	(89)
院外集团与公共关系	(91)
事件和假事件	(91)
公众与公共关系职责	(92)

工具和作用	(92)
公共关系产生和发展的历史背景	(93)
生产结构的变化	(93)
“市场中心论”	(93)
传播世界的兴起	(96)
理论的突破	(97)
美国生活方式的背景效应	(100)
拥挤与孤独	(102)
权力、买卖和劝服	(105)
历史的概括	(107)
公关理论及其代表人物	(115)
巴纳姆与 19 世纪美国的报刊宣传活动	(115)
艾维·李与“说真话”	(117)
伯纳斯与“投公众所好”	(119)
现代公共关系与“双向对称”	(120)
现代西方社会的公共关系学	(122)
美国及西方国家的现状与发展	(122)
基本研究方向	(125)
作用机理与社会适应性	(127)
公共关系发展简史及大事记	(134)

组织机构

公共关系与组织机构	(145)
社会环境与组织机构	(145)

组织机构的总目标与公共关系目标·····	(147)
组织机构公共关系目标的确立与实现·····	(150)
公共关系职能机构的设置和要求·····	(154)
职能机构设置的必要性·····	(154)
职能机构的基本职责·····	(156)
职能机构的设置原则·····	(160)
职能机构的设置模式·····	(164)
职能机构的地位及相应关系·····	(168)
职能机构的负责人及其职责·····	(171)
公共关系机构的形式和分类·····	(174)
公关机构的几种类型·····	(174)
公共关系公司·····	(179)
公共关系社团·····	(189)
公共关系部·····	(195)

人员素质

现代化与人的素质·····	(203)
现代人的思维方式·····	(203)
现代人的知识结构·····	(206)
与现代化相适应的十大观念·····	(208)
公共关系与观念变革·····	(208)
公共关系人员的素质·····	(211)
公共关系人员的基本素质·····	(212)
公共关系人员的基本技能·····	(214)

公共关系人员的自我考核.....	(222)
公共关系人员的分类和职责.....	(225)
公共关系人员的分类.....	(225)
公共关系经理.....	(227)
公关助理和秘书.....	(230)
公关先生和公关小姐.....	(231)
公共关系顾问.....	(232)
公共关系人员的行为及准则.....	(241)
忠诚与公正.....	(242)
讲信誉 守信用.....	(244)
不谋私利.....	(246)
嫉恶如仇.....	(248)
遵纪守法.....	(250)
国际公共关系协会行为准则.....	(252)
英国公共关系协会职业行为准则.....	(253)
美国公共关系协会职业规范守则.....	(255)
美国公共关系顾问协会公共关系顾问工作准则.....	(257)
尼日利亚公共关系协会行为准则.....	(258)

教育培训

公共关系教育与培训的方向.....	(263)
教育与培训的概念.....	(263)
教育与培训的特点.....	(265)
教育与培训的作用.....	(266)

教育与培训的原则·····	(267)
教育与培训的目标·····	(271)
公共关系教育与培训的实施·····	(275)
教学计划的编制·····	(275)
专业课程的设置·····	(278)
教育渠道的安排·····	(283)
教学方法的采用·····	(286)
考核标准的制定·····	(290)
国外的公共关系教育与培训·····	(299)
美国的公共关系教育与培训·····	(299)
欧美其他国家的公共关系教育与培训·····	(302)
亚洲一些国家的公共关系教育与培训·····	(303)

日常事务

新闻发布与记者招待会·····	(309)
新闻发布的意义·····	(309)
如何举办记者招待会·····	(311)
社会工作与专题活动·····	(315)
社会工作与活动的意义·····	(315)
社会工作与活动的内容·····	(316)
社会工作与活动实例·····	(317)
社会工作与活动的策划·····	(318)
社会公益活动的赞助·····	(319)
怎样举办开幕式·····	(320)

如何组织参观.....	(322)
礼宾与宴请.....	(323)
礼宾工作的重要性.....	(323)
迎送.....	(324)
宴请.....	(326)
自助餐与酒会.....	(328)
救急与谈判.....	(329)
救急及其意义.....	(329)
不利新闻发表后的救急.....	(330)
一般性事故发生后的救急.....	(332)
突发性重大事件的救急.....	(334)
谈判及其意义.....	(337)
谈判的准备.....	(338)
谈判的规格与程序.....	(339)
谈判中应注意的事项.....	(342)
广告与公共关系广告.....	(344)
广告概念.....	(344)
广告历史.....	(344)
广告分类.....	(346)
公共关系广告.....	(346)
公关广告的内容与类型.....	(347)
公关广告的职能.....	(348)
广告的战略制定与制作要求.....	(350)
广告媒介选择的依据.....	(351)
广告预算的编制.....	(352)
广告效果的测定.....	(354)

公关调查及民意测验.....	(356)
公关调查的特点.....	(356)
公关调查的作用.....	(357)
公关调查的内容.....	(359)
公关调查的方法.....	(360)
民意测验的意义及方法.....	(362)
年会及年度报告.....	(369)
年会的概念.....	(369)
年会的意义.....	(371)
年会的举行.....	(374)
年度报告及年报.....	(378)

职业常识

公共关系与特定相关工作的区别.....	(383)
公共关系与广告的区别.....	(383)
公共关系与市场的区别.....	(385)
公共关系与推销的区别.....	(386)
公共关系与宣传的区别.....	(386)
公共关系与名声的区别.....	(387)
公共关系工作中的宣传活动.....	(388)
宣传与信息沟通.....	(388)
宣传的类型、特点和社会功能	(390)
几种典型的宣传方法.....	(394)
公众及其分类.....	(400)

公众与分类关系·····	(400)
职工关系·····	(403)
媒介关系·····	(409)
消费者关系·····	(414)
社区关系·····	(418)
政府关系·····	(420)
股东关系·····	(423)
各行各业的公共关系·····	(426)
政府机构的公共关系·····	(426)
商业企业的公共关系·····	(429)
服务企业的公共关系·····	(432)
群众团体和文教事业机构的公共关系·····	(435)
国际公共关系·····	(437)
警察的公共关系·····	(439)
军队的公共关系·····	(440)
慈善机构和志愿团体的公共关系·····	(441)
宗教组织的公共关系·····	(443)
公共关系文书·····	(444)
信函·····	(444)
公文·····	(447)
柬帖·····	(448)
简报·····	(450)
演讲辞·····	(451)
解说词·····	(453)
新闻稿·····	(455)
调查报告·····	(457)

广告稿.....	(459)
----------	-------

方式方法

方式方法的基本概念.....	(465)
方式方法的性质.....	(465)
方式方法的作用.....	(467)
方式方法的类型.....	(470)
四步工作法.....	(473)
看—调查和分析.....	(473)
做—对策及调整.....	(476)
说—宣传与沟通.....	(480)
听—评价和挖潜.....	(484)
综合技巧法.....	(488)
宣传法.....	(488)
交际法.....	(491)
维系法.....	(493)
矫正法.....	(494)
防御法.....	(496)
建设法.....	(497)
兴趣法.....	(499)
进攻法.....	(501)
征询法.....	(503)
服务法.....	(505)
计划先行法.....	(508)

形势估计.....	(509)
目标确立.....	(509)
对象选择.....	(510)
费用预算.....	(511)
效果试评.....	(511)

实施媒介

公共关系与传播.....	(515)
传播的媒介性.....	(515)
传播的一般特点.....	(516)
传播的作用机制.....	(519)
传播的媒介类型.....	(522)
新闻性传播媒介.....	(524)
报纸.....	(524)
杂志.....	(525)
广播.....	(526)
电视.....	(527)
比较与选择.....	(528)
宣传性传播媒介.....	(530)
各类印刷品.....	(531)
图片资料.....	(532)
幻灯.....	(532)
录音录像.....	(533)
展览.....	(534)