

《公共关系学原理》学术资源¹

整理人：信息咨询部 王璞

整理时间：2020-6-17

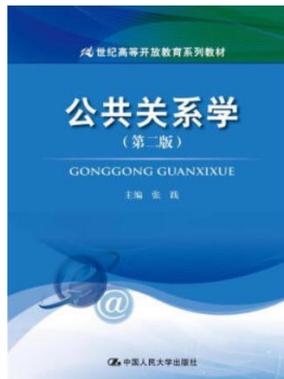
目录

一、图书资源.....	1
1. 专业理论和实践.....	1
2. 拓展阅读	12
二、相关数据库资源	17
1. 中文数据库.....	17
2. 英文数据库.....	18
三、 网络课程.....	19

¹ 由于电子资源存在时效性，如出现链接不能访问的情况请反馈至 ckzxlib@xujc.com，我们会尽快更新。

一、图书资源

1.专业理论和实践



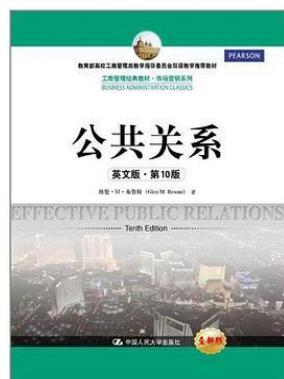
(1) 《公共关系学（第二版）》

电子资源：(需检索) <http://10.97.138.47:9088/front/book/search/page>

馆藏资源：总馆基本书库/翔安分馆 C912.3/048.1201

作者：主编张践

简介：本书主要运用传播学和管理学的基本原理和基本方法，全面介绍公共关系的理论和实务，内容全面、结构合理，是一本理论性与实用性相得益彰的教材。本书既充分考虑了公共关系学学科的理论性、体系性、严谨性的特点，又充分照顾了高等开放教育学生教材应用性、操作性、通俗性的要求，因而既可以作为各类高等院校的教学用书，也可以作为公共关系从业人员的参考读本。



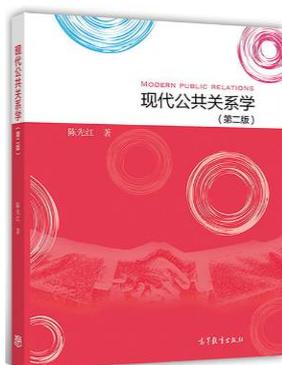
(2) 《公共关系》(Effective Public Relations)

馆藏资源：经济分馆 F125/C989AE

作者：Glen M. Broom 格伦·M·布鲁姆著

简介：格伦·M·布鲁姆编著的《公共关系》自1952年首次出版以来，一直被视为公共关系行业的“圣经”，被世界各地的大学广泛采用。

布鲁姆在第10版中秉承了卡特利普和布鲁姆的传统，呈现给读者公共关系领域最前沿的研究和实践成果。



(3) 《现代公共关系学》

馆藏资源：总馆基本书库/翔安分馆 C912.3/060.4101

作者：陈先红著

简介：本书是一本既与国际接轨又具国情特色，既反映学科传统、又体现当代素养，实战性、操作性很强的教材。全书分为原理篇和实务篇两大部分。原理篇包括“Public Relations”的词汇演变、观念变迁、范式转移、理论建构、本质属性、特点功能、主体客体、工作内容、流程步骤等内容；实务篇包括策划、战略、传播、工具等核心技巧。为了体现公共关系专业学习的实战性、操作性，本书内容编排也独具匠心，体例新颖独特：每一章都设计了经典回放、本章概要、公关案例讨论和思考练习等内容。



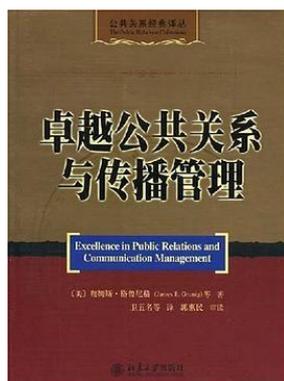
(4) 《有效的公共关系》

电子资源：中国财政经济出版社，1988 <http://www.sslibrary.com/book/card?cnFenlei=C912.3&ssid=10169716&d=fb112dc1b6eb5926f82105a5d097f628&isFromBW=>

馆藏资源：本部—总馆基本书库/本部—保存本库 C912.3/160

作者：(美) 格伦·布鲁姆, 艾伦·森特, 斯各特·卡特里普著

简介：本书自 1952 年出版以来，多次修订再版，近年又及时推出了新千年版（第 8 版）。新千年版除了保持原书的主要特色，从概念、理论基础、管理过程和各行各业的实践等四大部分，详细阐述了公共关系理论与实践中的方法、步骤与操作外，还随着时代和技术的迅猛发展而更新了必要的资料，增加了全球信息化时代等新的章节。本书是现代公关人员和工商管理专业人士登堂入室的必由之路。50 年来人们一直将其视为公共关系行业中的“圣经”，并被美国和世界其他大学广泛使用。

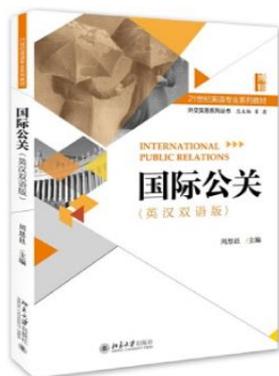


(5) 《卓越公共关系与传播管理》

馆藏资源：漳州—嘉庚馆藏（漳州校区）/漳州—嘉庚教材/总馆基本书库/保存本库 C912.3/269

作者：(美) 詹姆斯·格鲁尼格等著 卫五名等译

简介 《卓越公共关系与传播管理》是迄今为止世界范围内公共关系研究领域的集大成之作。它由美国著名公共关系学术权威格鲁尼格教授带领的研究团队共同完成，致力于从实践到理论，再从理论到实践的角度建构公共关系的基础知识体系，并探讨公共关系领域的“追求卓越”之道。在《卓越公共关系与传播管理》中，学者们从哲学、社会学、心理学、管理学和传播学等多学科的视角，深入探讨了公共关系这一学科的基础理论和知识体系特征；在此基础上，《卓越公共关系与传播管理》还着重剖析了公共关系实践领域的诸多核心问题，分别从公共关系的项目层面、部门层面和组织的整体层面，梳理了影响“卓越公共关系”的多重因素，并初步提出了公共关系价值实现的思路与途径。通过《卓越公共关系与传播管理》，读者们不仅能够“全景式”地了解 and 把握公共关系领域的诸多核心课题，还能在作者的引导下，分析和思考公共关系的发展之道。

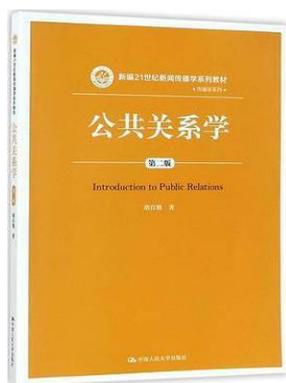


(6) 《国际公关》

馆藏资源：嘉庚馆藏（漳州校区）/基本书库-新书区 H319.39/644

作者：周思邑主编

简介：21世纪英语专业系列教材·外交实务系列丛书，本书充分整理了不同国家主体之间的公共关系现象，既包括了体育、文化、军事这些国际交往的主要领域的形象公关，也涵盖人际交往、灾害危机等一些特殊场合的协调沟通，视野开阔，案例新颖。

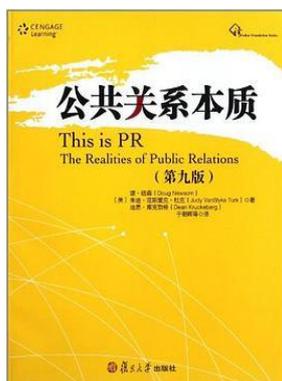


《公共关系学（第二版）》

馆藏资源：基本书库-新书区/翔安分馆/保存本库 C912.3/218.20

作者：胡百精著

简介：本书从传播、修辞、观念的角度进入书写，由历史的梳理进入理论的建构。与第一版相比，第二版做了大幅度的修订。章目的改变包括：第一版“导论”经重写后调整为第一章，呈现中外古今的公关发展史纲；原九、十两章合并，重点探讨议题管理、意见领袖和人际网络三个专题；原第十二章改写、拓展为三节：公关效果批判、公关道德批判和公关哲学批判。原二至八章内容也做了较大调整，更忠实地转述公共关系领域的经典研究成果，将公关理论建设和实践发展还原至社会史、社会思想史情境，在整体社会生态中重新审视公关的理论之树和实践成果。



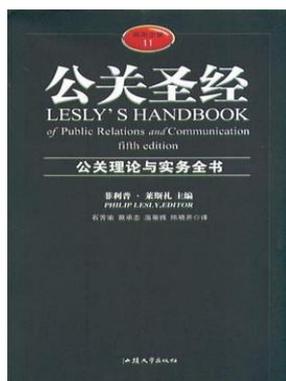
(7) 《公共关系本质》

电子资源：<http://www.sslibrary.com/book/search?sw=%E5%85%AC%E5%85%B1%E5%85%B3%E7%B3%BB%E6%9C%AC%E8%B4%A8&allsw=&保存本库 on=&field=1>

馆藏资源：漳州—嘉庚馆藏/总馆基本书库 C912.3/020.2

作者：《这就是公关——公共关系的本质》(This is PR)一书是美国大学公共关系专业广泛使用的教科书，从专业角度全面诠释了公共关系调研、实施以及相关理论和伦理实践。由道·纽森等编著的《公共关系本质》强调公共关系的管理职能和社会驱动力，通过对公共关系历史与未来的全面解读，对公共关系战略和战术的详细分析，特别是大量公关活动的案例，为初学者提供了正确认识公共关系的路径，为公关从业人员的实践活动提供借鉴和参考。《公共关系本质》语言通俗简洁，框架清晰，以视角新、材料新、方法新深受公关业界的好评。

简介：嘉庚馆藏（漳州校区）/总馆基本书库 C912.3/020.2



(8) 《公关圣经：公关理论与实务全书》

电子资源：(部分阅读) <http://book.duxiu.com/bookDetail.jsp?dxNumber=000003143404&d=8EBF36D75EE7D065459254F948C402FF&fenlei=03100303>

馆藏资源：嘉庚教材/总馆基本书库/保存本库 C912.3/126.2

作者：莱斯利, P. (Lesly, Philip) 主编

简介：本书从公共关系的基本概念着手，论述公共关系的本质意涵，分析公共关系实务工作，就政府公关、社区公关、媒体公关等各种实务公关工作进行全面阐述。



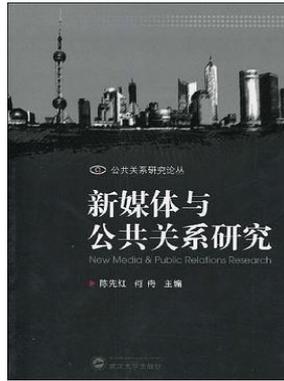
(9) 《危机传播管理（第三版）》

电子资源：(第一版) <http://www.sslibrary.com/book/card?cnFenlei=G206.3&ssid=11409113&d=5fb036ca434454a4bd45fa9deeb6af66&isFromBW=true>

馆藏资源：嘉庚馆藏（漳州校区）/嘉庚教材/总馆基本书库 G206.3/218.02

作者：胡百精著

简介：《危机传播管理》（第三版）的写作经过十年磨砺，是国内同类教材的引领性著作。全书从危机、危机管理、危机管理者进而谈到危机传播管理，探讨了危机从产生到修复过程中沟通（即“传播”）所起的作用。本版着力解释和解决五个问题：一是还原危机传播的社会历史语境，从宏观上探讨危机传播管理的方向和方法；二是扩充对新媒体与危机传播关系的论述；三是基于过程论视角，深化危机管理流程中战略规划、风险管理、危机预警、应急处置、恢复管理等关键节点的研究；四是基于结构论视角，提出危机传播管理的“3f”假设——干预信息流、引导影响流、消解噪音流；五是基于功能论视角，提出危机传播管理的“3c”假设——重构信息共同体、利益共同体和价值共同体。本版增加“新媒体与危机传播”一章，替换、新增了大量经典案例，章末新增延伸阅读文献，删减了部分过时、空泛、不确切的内容。



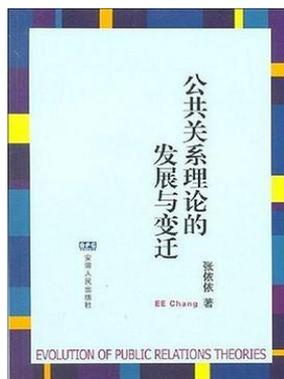
(10) 《新媒体与公共关系研究》

电子资源：<http://www.sslibrary.com/book/card?cnFenlei=G206.2-53&ssid=12409500&d=9c0350ecea2abd36589eb84f2a447e11&isFromBW=true&isjgptjs=false>

馆藏资源：嘉庚馆藏（漳州校区）/总馆基本书库 C912.3-53/060

作者：陈先红，何舟主编

简介：在新媒体的推动下，公共关系理论进入了大放异彩的时代《新媒体与公共关系研究》收录了国内外著名学者的最新研究成果，内容涉及新媒体环境下公共关系理论创新、政治传播、公共关系教育创新、公共关系实践创新、形象塑造与公关危机处理等专题，从技术、历史、理论、实践、教育等不同角度反映了新媒体与公共关系研究的历史、现状和趋势、《新媒体与公共关系研究》适合于从事新媒体、公共关系、政治传播、危机传播等领域的教学和研究人员。



(11) 《公共关系理论的发展与变迁》

电子资源：<http://www.sslibrary.com/book/card?cnFenlei=C912.3&ssid=11928960&d=78f199> 保存本库 21a2dd1b600ff53b82cda680&isFromBW=false&isjgptjs=false

馆藏资源：嘉庚馆藏（漳州校区）/总馆基本书库 C912.3/066.31

作者：张依依著

简介：“没有什么，比一个好的理论更实用了。”如果使用得当，理论可以发挥极大的功效。公共关系从发展到现在一百多年，仍有人认为它没有理论。坊间向来不缺公关概论课本，但公关理论的书一向很少，尤其成于一人之手，以宏观视角将过去三十二年的公关理论，依其发展与变迁详细分析比较，再以明白晓畅的笔法写来的书，可以说是没有。



(12) 《公共关系实务（第 13 版）》

馆藏资源：嘉庚馆藏（漳州校区）/总馆基本书库 C912.3/766.11

作者：(美) 弗雷泽·P. 西泰尔著

简介：本书已被美国百余所大学用作教材。本书组织结构生动活泼，易于调动学习兴趣。作者从有趣的事例着手引入正文，并在文中插入若干专栏，用来讲解相关的背景知识、展开讨论和推荐参考读物。此外，本书还根据时代发展趋势，加入了大量有关如何在网络环境下展开公关活动的内容



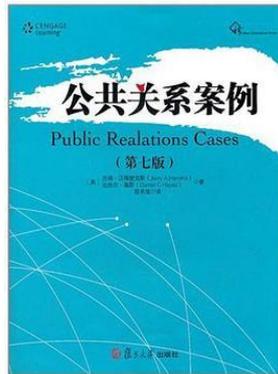
(13) 《公关造势与技巧：通向 21 世纪的桥梁》

馆藏资源：嘉庚中文书库（4 楼） C912.3/1

嘉庚馆藏（漳州校区）/翔安分馆/嘉庚教材/总馆基本书库 C912.3/262.21

作者：(美) 弗兰·R·迈特拉(Fran R.Matera), (美) 雷·J·阿尔提格(Ray J.Artigue)著

简介：展望了公共关系在 21 世纪中将发挥的重要作用，并着重论述了新技术采用、公关活动趋势和公关功能全球化等该领域当前最关注的问题。全书编写糅合了营销、公关、广告、管理和技术等多方面的内容，在开阔的视野中探讨公共关系。此外，书中包含了大量的课堂教学材料，每章都安排了本章概要、目标与总结、专家评论、课后阅读材料、名词解释以及思考讨论题等内容，非常适合教学使用。

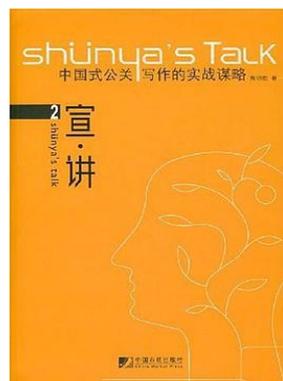


(14) 《公共关系案例 (第7版)》

馆藏资源：嘉庚馆藏（漳州校区）/翔安分馆/总馆基本书库 C912.3/764.1

作者：(美) 杰瑞·汉德里克斯, 达热尔·海斯著

简介：选取了公共关系各方面具有代表性的实战案例：如媒体关系、政府关系和消费者关系等，并从调研、策划、执行、评估（ROPE模型）四个过程对案例进行了详尽的分析。不同领域的案例适应了公共关系不同人士的需求；而对案例策划过程的描述则极富启发性，可大大提高公关从业人员的创意能力。案例组织的方式适应了公共关系教学者的需求，适合作为公共关系、新闻、大众传播、市场营销等专业的教材。



(15) 《宣·讲 中国式公关写作的实战谋略》

电子资源：<http://www.sslibrary.com/book/card?cnFenlei=H152.3&ssid=11880591&d=2207f37e03dca2e4e661482c3396d9a2&isFromBW=false&isjgptjs=false>

馆藏资源：嘉庚馆藏（漳州校区）/总馆基本书库 H152.3/146.4

作者：黄明胜著

简介：是第一部以中国式公关写作为坐标、以谋略为视角的专业著作。如此独特的写作定位，使得《宣·讲 2: 中国式公关写作的实战谋略》的实用性和新颖性卓然突出。同时，作者还以大量的实战案例贯穿全书，其针对性和示范性远甚至其他同类国际读本。作为本土资深公关顾问，作者对中国公关市场有着深刻的洞察。《宣·讲 2: 中国式公关写作的实战谋略》将带领读者深入到中国式公关的内核，最大限度地呈现公关写作的真相。读者由此可领略中国式公关写作的实战智慧，并感受到公关传播的深邃、丰富和精彩。



(16) 《外资企业公共关系：一位外企公关总监 18 年公关笔记》

电子资源：(部分阅读) <http://book.duxiu.com/bookDetail.jsp?dxNumber=000030154423&d=05104D03AC380C933735937E4A2D1927&fenlei=060308080203>

馆藏资源：嘉庚馆藏（漳州校区）/本部—会计中心（经济分馆） F279.244.3/172.2

作者：蒲家彬著

简介：本书根据本人在不同跨国公司从事公共关系工作的亲身经历，对企业公共关系在中国市场的实践及中国的企业公共关系环境现状进行了全面的分析讨论。对企业公共关系各个功能在市场实际操作中的理论依据、实作指导、注意要点、人员要求、面临困难等，结合实际案例进行了有针对性的论述和观点分享；并对所从事过和接触过的十二个行业领域的发展现状以及公共关系面临的挑战和工作方向进行了务实分析。



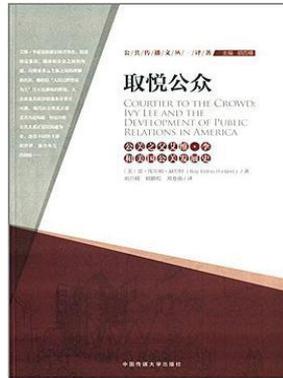
(17) 《每一分钟诞生一位顾客：公关之父巴纳姆》

电子资源：<http://www.sslibrary.com/book/card?cnFenlei=F713.50&ssid=13598116&d=47bf b2918a9dcecd90e7e01ff10e716e&isFromBW=true&isjgptjs=false>

馆藏资源：嘉庚馆藏（漳州校区）/总馆基本书库 F713.50/162.8

作者：(美) 乔·瓦伊塔尔著

简介：本书介绍了菲尼尔斯·泰勒·巴纳姆的营销策略。在其传奇的一生中，他办过马戏团、做过演讲、买下过博物馆，破产过，又东山再起，堪称他那个时代的传奇人物。经由介绍他的经历，可以了解营销的真谛。书中介绍了巴纳姆缔造黄金帝国的“十大法则”，以及如何利用商业网络和人脉为自己所用，创造更多财富。



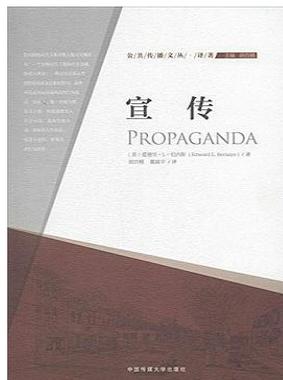
(18) 《取悦公众:公关之父艾维·李和美国公关发展史》

电子资源：<http://www.sslibrary.com/book/card?cnFenlei=K837.125.42=51&ssid=13588899&d=17366b89f369618183af271d1521dc0c&isFromBW=true&isjgptjs=false>

馆藏资源：嘉庚馆藏（漳州校区）/总馆基本书库 K837.125.42/110

作者：(美) 雷·埃尔顿·赫伯特著

简介：本书记述、研究了艾维·李的一生和他的公关思想。主要内容包括：宣传家的遗产，资本主义信徒的教育，声名鹊起的新闻代理人，运费运动等。



(19) 《宣传》

电子资源：(页面最下方“超星电子书”) https://catalog.xmu.edu.cn/opac/item.php?marc_no=0003755047

馆藏资源：嘉庚馆藏（漳州校区）/总馆基本书库 G206.3/612.2

作者：(美) 爱德华·L·伯内斯著

简介：本书分为组织乱象、新宣传、新宣传家、公共关系心理学、商业与公众、宣传和政治领袖等 11 章，主要探讨宣传作为保障社会正常运转的机制如何运行。



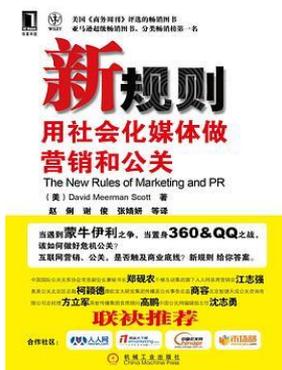
(20) 《中国公共关系史》

电子资源：<http://www.sslibrary.com/book/card?cnFenlei=C912.3-092&ssid=13625355&d=22fd671b1c1995be41023b705bf93091&isFromBW=true&isjgpts=false>

馆藏资源：嘉庚馆藏（漳州校区）/总馆基本书库 C912.3-092/218

作者：胡百精著

简介：本书主旨在于记录、清理中国现代公关自 20 世纪 80 年代以来的观念史和实践史，并将之还原至三十余年间中国社会史、思想史语境之中，以考察公关与中国现代性转型的相互建构关系。鉴于西方公关史研究大多回溯至古希腊的修辞思想和实践，本书也以一章篇幅介绍了中国先秦的修辞观和公关史。



(21) 《新规则：用社会化媒体做营销和公关》

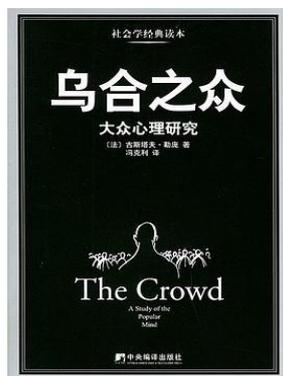
电子资源：（页面最下方“超星电子书”）https://catalog.xmu.edu.cn/opac/item.php?marc_n_o=0002813526

馆藏资源：嘉庚馆藏（漳州校区）/总馆基本书库 G206.2/266.4

作者：(美) David Meerman Scott 著

简介：本书揭示了网络技术如何改变了营销和公关的规则，详细介绍了各种不同的在线媒体，包括博客、播客、在线论坛、社交网络等，并对如何在实际工作中应用这些营销、公关新规则给出了具体的指导。书中列举了 50 位网上成功营销和公关的案例典范，汇总了这些创新型营销者的见解、理念，教会读者如何利用社会媒体工具建立“思想领袖”地位，从而成功营销、公关。

2. 拓展阅读



(1) 《乌合之众:大众心理研究》

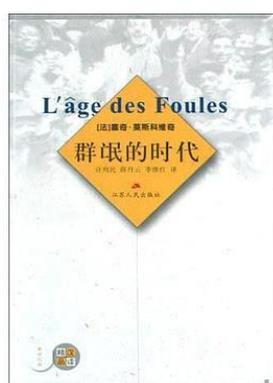
电子资源：(部分阅读) <http://book.duxiu.com/bookDetail.jsp?dxNumber=000016207733&d=8DD04238D6BFAF7B3A4356F88CAA3171&fenlei=0310030603&sw=%E4%B9%8C%E5%90%88%E4%B9%8B%E4%保存本库%97>

馆藏资源：嘉庚中文书库（4楼） C912.64/1;C912.64/2; C912.64/3

基本书库-新书区 C912.64/271.19201

作者：(法) 古斯塔夫·勒庞著

简介：提到群体心理学，就必然会提到《乌合之众》。该书于1895年首次出版，以颠覆性的视角，分析了自工业时代以来群体心理的产生、种类、特点及影响，为人们勾画出了群体心理的生动画卷。书中的很多观点，在其出版后的一百余年中被不断验证，弗洛伊德、荣格、托克维尔等心理学大师，和罗斯福、丘吉尔、戴高乐等政治家都深受该书影响。《乌合之众》至今已被翻译成数十种语言，不仅成为群体心理学的代表作，更堪称整个心理学领域的杰出经典。

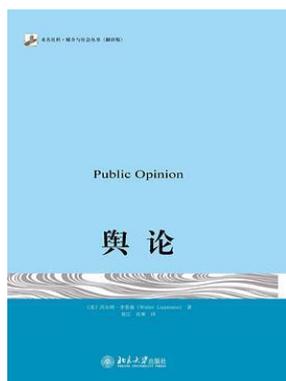


(2) 《群氓的时代》

馆藏资源：嘉庚馆藏（漳州校区）/总馆基本书库/保存本库 C912.64/126

作者：莫斯科维奇 (Moscovici, Serge) 著

简介：本书探索了人类知识的一个传统分支，讨论了我们新近的未来。它还展望了世界范围的群氓时代。如果这种展望真的对应了所要发生的事，那么，对于那些想要跟踪社会发展、理解未来某些特点的人们而言，这本书将是大有裨益的。



(3) 《舆论》

电子资源：(部分阅读) <http://book.duxiu.com/bookDetail.jsp?dxNumber=000006008823&d=A4D24E2587F230B1271F301D8FC3E232&fenlei=0310030602>

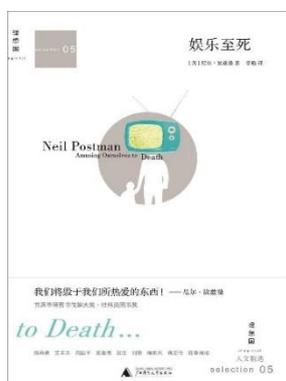
馆藏资源：嘉庚中文书库（4楼） C912.63/8

嘉庚馆藏（漳州校区）：C912.63/184.1

基本书库-新书区/翔安分馆 C912.63/184.12

作者：(美) 沃尔特·李普曼著

简介：《公众舆论》是新闻和传播领域的一本经典之作，面世至今已译成几十种文字，而中文版译本则是首次出版。这部著作成书较早，它首次对下列问题进行了系统的阐述：什么是舆论？它是如何形成的？其功能如何？能达到何种强度，又能造成何种后果？作为其主体的公众是谁？公众舆论究竟是什么意思？它是如何传播的？在什么条件下能形成独立的力量？



(4) 《娱乐至死》

电子资源电子资源（页面最下方‘超星电子图书’）：https://catalog.xmu.edu.cn/opac/item.php?marc_no=0002831357

馆藏资源：嘉庚馆藏（漳州校区）/总馆基本书库/翔安分馆 G206/884

总馆基本书库 C913/884

基本书库-新书区 G206.2/884.2

作者：(美) 尼尔·波兹曼著

简介：《娱乐至死》是对 20 世纪后半叶美国文化中最重大变化的探究和哀悼：印刷术时代步入没落，而电视时代蒸蒸日上；电视改变了公众话语的内容和意义；政治、宗教、教育和任何其他公共事务领域的内容，都不可避免的被电视的表达方式重新定义。电视的一般表达方式是娱乐。一切公众话语都日渐以娱乐的方式出现，并成为一种文化精神。一切文化内容都

心甘情愿地成为娱乐的附庸，而且毫无怨言，甚至无声无息，“其结果是我们成了一个娱乐至死的物种”。



(5) 《战略品牌管理 Strategic brand management》

馆藏资源：漳州—嘉庚外文/ 本部—会计中心（经济分馆） F273.4/K29AC

作者：Kevin Lane Keller 凯文·莱恩·凯勒著

简介：工商管理经典教材·市场营销系列，“教育部高校工商管理类教学指导委员会双语教学推荐教材”。



(6) 《网络营销实战密码:策略·技巧·案例》

馆藏资源：嘉庚馆藏（漳州校区）/总馆基本书库 F713.36/644.301

作者：咎辉著

简介：本书分三部分详细介绍了网络营销实用策略和技巧，并分析了大量实战案例。第一部分介绍市场与产品研究，包括用户、市场和竞争对手的调查；产品、目标市场的确定；价格策略、赢利模式等。第二部分讨论以网络营销为导向的网站设计，包括怎样在网站上卖东西、提高转化率，以及网站目标设定等。第三部分研究怎样给网站带来流量，详细讨论了电子邮件营销、博客营销、联署计划营销、免费策略营销等，并简要介绍了事件营销、目录登录、PPC、文章营销、社会网络营销、展示广告、链接交换、流量交换、电子书推广、Wiki推广。



(7) 《公共意识与中国文化》

电子资源：<http://www.sslibrary.com/book/card?cnFenlei=G12&ssid=11993701&d=98bbb0fdcf8d7c6045b17dce3bd70c&isFromBW=false&isjgptjs=false>

馆藏资源：嘉庚馆藏（漳州校区）/总馆基本书库/保存本库 G12/009

作者：陈弱水著

简介：本书探讨中国文化中有磁“公共”和“社会”的意识，特别是前者。具体来说，涉及的课题有，公德观念的性质与历史渊源，公民论理与中国民间论理的关系，中国历史上的“公”观念，传统中国文化中的“义”和社会观等。本书大多数内容的问题意识都和现代情境有关，这使得本书处理问题的角度带有一定程度的普遍性，但作者基本上是从具体的历史现实出发，来探讨中国社会中或是自发的，或是受外力引发的有关“公共”和“社会”的一些现象，这样的做法，过去尝试得不多，是本书的一个特殊贡献。



(8) 《品牌公关实战手册》

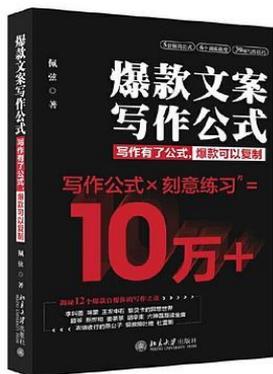
馆藏资源：嘉庚中文书库（4楼） F713.86-62/1

作者：李国威著

简介：中国企业在全球经济中的地位越来越重要，而在企业快速发展的过程中，品牌公关的重要性也越来越凸显。

首席执行官的形象该如何提升，该参加什么活动，接受媒体采访说什么？做一场活动，怎么起个好名字？该如何为重要客户安排座次？给广告公司写项目要求，哪些要素不可缺少？企业突发危机事件，怎么写回应声明？……

这些看似具体的公关问题，背后体现的是一种公关思维。为了解答这些具体的问题，也为了帮助大家形成自己的方法论，纵横公关界 20 年，为通用汽车、华晨汽车、生力啤酒等重量级公司担任公关负责人的李国威老师，在前期线上音频课的实践和与上万学员互动的基础上，对自己 20 多年的公关经验做了精心总结和编选。



(9) 《爆款文案写作公式》

馆藏资源：嘉庚中文书库（4楼） G206.2/60

基本书库-新书区 G206.2/608.5

作者：佩弦 著

简介：《爆款文案写作公式》从六大维度（思维、热情、工具、方法、技能、行业）系统地介绍文案写作的技巧，揭秘 12 个自媒体（李叫兽、咪蒙、王左中右、黎贝卡的异想世界、顾爷、新世相、姜茶茶、胡辛束、六神磊磊读金庸、衣锦夜行的燕公子、银教授吐槽、杜蕾斯）爆款文案的写作之道，总结并讲解 5 套公式：“标题方程式”“软文方程式”“段子方程式”“成功方程式”和“求职方程式”。

本书既可作为零基础学习新媒体文案的教科书，也可作为新媒体文案从业者的工具书。

二、相关数据库资源

1. 中文数据库

- (1) CNKI (学术期刊、博士学位论文、优秀硕士学位论文、年鉴、经济与社会发展统计、学术辑刊)

地址：<https://www.cnki.net/>

- (2) 超星电子图书

地址：<https://library.xmu.edu.cn/info/1069/1077.htm>

- (3) 皮书数据库 (社会科学文献出版社)

地址：<https://library.xmu.edu.cn/info/1076/1083.htm>

- (4) 博看畅销期刊数据库

地址：<http://x.bookan.com.cn/xmulib/index.html>

- (5) 北大法宝

地址：<https://library.xmu.edu.cn/info/1068/1073.htm>

- (6) 人民日报图文数据库

地址：<http://data.people.com.cn/rmr/b>

- (7) 中文社会科学引文索引

地址：<https://library.xmu.edu.cn/info/1083/1106.htm>

2. 英文数据库

- (1) Web of Knowledge (SCI, SSCI, CPCI, ESI, InCites, 嘉庚教材 R, Biosis P reviews, MEDLINE etc.)

地址：<http://www.webofknowledge.com/?DestApp=WOS>

- (2) SpringerLink (Journals,Ebooks, Protocols)

地址：<http://link.springer.com/>

- (3) ScienceDirect

地址：<http://www.sciencedirect.com/>

- (4) Wiley Online Library

地址：<https://onlinelibrary.wiley.com/>

- (5) EBSCO

地址：<https://library.xmu.edu.cn/info/1120/1152.htm>

- (6) SAGE

地址：<https://library.xmu.edu.cn/info/1133/1255.htm>

- (7) Taylor & Francis Journals

地址：<https://library.xmu.edu.cn/info/1134/1211.htm>

- (8) MyiLibrary (ProQuest)

地址：<https://library.xmu.edu.cn/info/1128/1169.htm>

- (9) Communication Mass Media Complete(大众传播应用外语全文数据库)

地址：<https://library.xmu.edu.cn/info/1118/1605.htm>

- (10) 德古意特出版社 (Walter De Gruyter)

地址：<https://library.xmu.edu.cn/info/1119/2018.htm>

- (11) Palgrave Macmillan Ebooks (SpringerLink)

地址：<https://library.xmu.edu.cn/info/1131/1208.htm>

三、网络课程

1. 公共关系学导论（上海大学）

地址：<https://ssvideo.superlib.com/cxvideo/play/page?sid=6185&d=c0be742f93926a249f34a26043a22c27&cid=458>

授课人：查灿长，上海大学教授、博士生导师，现任上海大学影视学院广告学系党支部书记。
主要研究方向：西方传媒与中国现代化；文化传播与现代广告。

2. 数字时代的品牌传播（华中科技大学）

地址：<https://www.icourse163.org/course/HUST-1206539804>

授课人：李华君，华中科技大学新闻与信息传播学院副院长、副教授、博士生导师。主要研究方向：品牌传播，新媒体营销，政治公关，危机传播。兼任中国公共关系学会副会长兼秘书长，中国广告与传媒发展学会常务理事，华中科技大学品牌传播研究中心副主任，华中科技大学新闻学院“品牌传播”青年学术团队负责人。

于婷婷，华中科技大学副教授，传播学博士，研究生导师。教育部日本电通高级广告人才，青年品牌论坛理事会成员，虎啸奖评审专家，湖北省创新研究会专家委员。研究方向：商务创新与营销传播、品牌与数字媒体、公益与社会服务应用

张梅兰，华中科技大学新闻与信息传播学院广告系教师，主持 1 项国家社科基金和 1 项教育部人文社科基金，主要研究方向为：新媒体广告与公关、品牌传播、数字营销、仪式化传播。