

<<如何应对媒体>>

图书基本信息

书名：<<如何应对媒体>>

13位ISBN编号：9787030185693

10位ISBN编号：7030185692

出版时间：2007-3

出版时间：科学

作者：石川庆子

页数：151

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<如何应对媒体>>

内容概要

每一个经营者都不可避免地要面对媒体，在这看似简单的日常活动背后其实潜藏着许多鲜为人知的技巧，掌握了这些技巧，你就可以积极地调整自我，从容地面对媒体，成为镁光灯下最亮丽的人物。

本书从企业应对媒体的基本方法入手，针对不同的媒体，提出不同的应对方法，强调应对媒体是企业高层管理工作的一项内容，提出了当企业遇到重大突发事件时必须在两个小时以内召开记者见面会；会上不得使用“不知道、不违法”等词语，以免使企业丧失社会信誉；道歉要有具体内容，不能只说“惊动了大家、感到非常遗憾”等缺乏诚意的外交辞令；如果是电视采访，总经理的发言要压缩在8秒钟以内；要留心对媒体说的每一句话，今后都可能被用于法庭诉讼等忠告，并详细介绍了一些切实有效的媒体应对技巧及能力训练方法，帮助企业成功应对媒体，并借助媒体的力量成就自我。

本书适合企业经营者及从事企业广告宣传和公关工作的人员阅读。

<<如何应对媒体>>

作者简介

石川庆子，公关传媒专家、高级顾问，毕业于东京女子大学。

曾供职于国会参议院事务局，此后于1987年进入电影制作行业，从事电影、电视节目的制作。

1995年投身宣传服务工作，成为某宣传服务公司顾问，开始网络传媒、记者招待会设计、筹划、危机管理等企业宣传管理活动。

由其经办的记者招待会、采访等活动的对象涉及日本国内外企业的经营者、影视导演、演员、配音演员、当红模特儿、游戏制作商、学者等广泛领域。

2003年成立了自己的公司。

2004年得到日本风险顾问协会“风险顾问培养讲座高级讲师”的资格认证。

现任日本Sin有限公司董事长，live_universe理事，日本风险顾问协会高级会员，日本宣传学会会员。

主要著作有：《IT专业的风险管理入门》（日经BP出版社）、《媒体·训练》（BIGLOBE）、《企业高管应该接受的媒体·训练》（日本风险顾问协会）等。

<<如何应对媒体>>

书籍目录

第0章 为何发生紧急事件时应对媒体如此重要 1 何谓企业紧急情况 2 应对时的错误将会付出惨重代价 3 对媒体说的任何一句话都可能会成为股东代表的诉讼证词 4 一个记者的背后有成千上万的读者、听众和观众 5 仅仅“守法了”不足以应对媒体 6 媒体策略是企业高层的管理战略 7 小结第1章 媒体应对基础知识 1 掌握基础应对方法, 紧急时也能防止“误报” 2 何谓媒体 3 媒体的采访活动 4 确定宣传负责人 5 无故“拒绝采访”, 将导致臆测性报道, 会产生不良影响 6 经理和宣传负责人二人三脚 7 确认采访要求 8 辨别小道记者的方法 9 受访的前期准备 10 采访开始前需核查的事项 11 采访进行中的注意事项 12 处理误报 13 小结第2章 紧急情况下的媒体应对 1 何谓企业紧急情况 2 向高层领导汇报的速度 3 记者必定会问的问题 4 编写事件说明书 5 确定向媒体发布的方法要点是“谁是受害者”、“该遵守什么” 6 人命关天的事件要迅速发表 7 “企业是受害者”时, 向媒体公布信息也要慎重 8 顾客信息数据泄露时该如何处理 9 谨慎对待独家专访第3章 媒体应对 - - 技巧篇结束语 应对媒体应该注重平时的锻炼译者跋

<<如何应对媒体>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>