

<<酒店公关>>

图书基本信息

## <<酒店公关>>

### 内容概要

中小型酒店或饭店的管理者通常不会聘用专职公关人员，同时，公司财力也不允许聘请专业公关公司做公司的公关顾问。

在缺乏专业咨询、培训和预算的情况下，公司所能开展的公关攻势不可能像排名《财富》500强的那些大企业一样全面而复杂。

本书中提供的指导意见，就是帮助这些企业家抓住那些有限的公关机遇，赢得宝贵的媒体曝光和关注。

另外，本书还可以帮助您实现与关键客户人群之间更为有效的沟通和交流。

书中对何为公共关系，如何适当地开展公关攻势，并借此促进餐饮和酒店企业的业务发展等，都做了详尽的阐述。

## <<酒店公关>>

### 作者简介

阿尔伯特·E·库德莱，是美国酒店/旅店协会的公关主任，同时经营着自己的公关公司。

梅尔文·桑德勒，是美国新罕布什尔州立大学酒店管理专业的名誉教授。

## <<酒店公关>>

### 书籍目录

- 序
- 前言
- 第1章 公共关系的含义和功能
- 第2章 作为市场营销战略的公共关系
- 第3章 与媒体建立和保持有效的联系
- 第4章 什么是新闻？
- 如何区分公关和广告
- 第5章 有效组织，开展公关
- 第6章 特别活动与公关
- 第7章 与客人有效地沟通
- 第8章 员工关系及其在公共关系中的作用
- 第9章 加强与社区的交流
- 第10章 未雨绸缪，应对危机
- 第11章 请教专家，学为己用
- 附录 美国公共关系协会：专业公共关系人员的从业标准
- 参考文献
- 致谢
- 译者的话

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>