

<<公关托出名牌>>

图书基本信息

书名：<<公关托出名牌>>

13位ISBN编号：9787307028128

10位ISBN编号：7307028123

出版时间：1999-9

出版时间：武汉大学出版社

作者：舒咏平

页数：353

字数：216000

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>

## <<公关托出名牌>>

### 内容概要

名牌成为城市水准的标志，是国家综合实力的象征。

名牌的确是跨世纪中国最为热门的话题之一。

今天中国即便是农村青年，也对国际名牌耳熟能详，这种市场与心态的同步演进，为中国的名牌事业提供了广阔的空间。

<<公关托出名牌>>

作者简介

舒咏平，安徽省黄山市人。

先后就读于安徽师范大学和南京大学，现为安徽师范大学文学院新闻系副教授。

曾在《中国社会科学》《南京大学学报》等学术杂志上发表论文40余篇，独著、合著《实用策划学》《公共关系策划》《公共关系概论》等著作9种。

## <<公关托出名牌>>

### 书籍目录

1.名牌战略与公共关系之“恋” 1.1 名牌战略：中国企业的必然选择 “名牌战略”的内涵是什么 中国企业，冷眼向洋看世界 世纪之交的民族吼声 1.2 公共关系：从热闹走向深沉 讲管理，兴文化——广义公共关系 树形象，搞活动——狭义公共关系 1.3 大连会议论“姻缘” 塑造形象，共同的心结 组合战略与专业战略 在动态中相生相长 从“皮尔·卡丹”的成名看公关2.全员人：夯实名牌腾飞基础 2.1 众心合出“泰山”来·名牌的基础 企业再不能那样过·建立现代企业制度 人哪人·以人为本的管理 企业的立体名片·CIS 2.2 创造人和艺术·内部公关 公关的一半在内部 人才战略·创造万马奔腾的局面 开展内部公关活动 个性文化：创名牌的人和氛围3.渴望一举成名天下知：名牌的初创 3.1 塔夏香水问世与名牌初公关要求 贴切的品牌定位 可靠的质量前提 周密的传播策划 3.2 名正言顺走天下·品牌的命名 品牌命名的要求 品牌命名的方法 “神威”命名前后的公关活动 3.3 新品牌问世的公关技法 4.跃上葱茏四百旋名牌的攀升5.创业难?守成难?:名牌的更新6.向“可口可乐”看齐：创名牌产品的公关7.“麦当劳”让你不服不行创名牌服务的公关

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>