

<<当代国际公共关系(第二版)>>

图书基本信息

书名：<<当代国际公共关系(第二版)>>

13位ISBN编号：9787309021066

10位ISBN编号：7309021061

出版时间：1998-12

出版时间：复旦大学出版社

作者：郭惠民

页数：452

字数：377000

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>

<<当代国际公共关系(第二版)>>

内容概要

本书汇集了1987年至1997年这十年来国外著名公关专家学者来华学术交流演讲稿和国内学者翻译的国外优秀公关论文40多篇，其中不少为首次发表。

这些文章涉及国际公关理论、公关与媒介关系、大型活动策划、产品市场营销、危机与问题管理、投资者关系、品牌战略管理、整合营销传播以及网上公关等内容，其中一些课题为当今世界公关之热点。

反映了目前国际公关理论研究和实践的最新动态。

本书附录新收入的美国公关协会文件《公共关系的知识体系》系国际公关经典之作，它对于我国公关职业化发展具有重要的参考价值。

<<当代国际公共关系(第二版)>>

作者简介

郭惠民毕业于北京国际关系学院英语系，后任教于该学院国际新闻系，管理系，现任国际关系学院管理系主任、教授；中国国际公共关系协会副秘书长；国际公关协会会员。

主要著作有：《现代公共关系学教授》、《国际公共关系教程》、《中国优秀公关案例选评》、海外公关译丛系列丛

书籍目录

一 公共关系正名 公共关系是一种传播管理 什么是公共关系 公共关系涵义之再探 什么是国际规范意义上的公共关系 公共关系的目标 公共关系在现代管理中的作用 公共关系：一种具有战略意义的管理职能 深层次的公共关系概念：认知管理 职业公关人的素质和条件二 公共关系策划 前期调研：公共关系的出发点 公共关系战略方案策划 公共关系活动的策划和实施 大型体育活动的公共关系策划三 各类公众关系 公共关系与消费者和消费品 新闻关系种种 投资者关系的概念与实践 公关公司与股票上市 公司上市与公共关系 公共关系公司如何帮助客户提高声誉 如何为吸引外资创造软环境 公共关系与世界贸易 如何建立公司形象四 问题与危机管理 问题管理：发现与定义 问题管理与应急公关 当危机发生时：危机管理的奥秘 危机管理三部曲五 广告与市场营销 公共关系与广告 公共关系与市场营销 公共关系与传播战略 以顾客为导向的整合营销传播 品牌管家——创名牌走全球化之路 论现代企业经营战略与CIS设计 广告和公共关系在获取外汇方面的作用六 国际公共关系 国际公共关系大震移 公共关系在变化世界中的作用 国际互联网络与未来公共关系 90年代的亚太公共关系实务运作 有效提高国际形象的策略 如何开拓西方国家市场 美国公共关系研究概述 美国公共关系研究和实务发展趋势 公共关系部的管理 非洲——一个变革大陆的公共关系 日本公共关系发展的脉络附录 美国公共关系协会文件第七号《公共关系的知识体系》 国际公共关系协会“金皮书”第七号《公共关系教育——建议与标准》 英国公共关系协会“银皮书”《公共关系在管理教育中的地位》 美国公共关系协会文件《关于公关从业人员资格认证方案的问答》 一版编后记 二版编后记

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>