

<<公关策划艺术>>

图书基本信息

书名：<<公关策划艺术>>

13位ISBN编号：9787560829371

10位ISBN编号：7560829376

出版时间：2005-5

出版时间：上海同济大学

作者：卞权

页数：546

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>

<<公关策划艺术>>

前言

策略的目的是致胜，智慧两字永远不会改变其意义。

——亚里士多德：《伦理学》 作者手记中国人说：事业的成功，“人和”第一。

外国人 说：事业的成功，85%靠人际关系和处世技巧。

公关策划的第一目标：就是营造“人和”，人和万事兴！

策戈0，是人类智谋文化中的精粹，在人类社会的创造活动中，策划就是寻找成功之路。

本书是为适应我国高等院校公关、策划专业的课程建设，以及高职公关专业教材的配置，并为企业公关策划人员和企业管理人员案头备用而撰写的策划专著。

首先我们要明确：什么是新世纪的第一竞争力。

人类未来的前程，岁月悠悠，其可持续性发展的要旨，是寻求先进的思想与科学的理念，开发未来的策划力和创造力，才能超越梦想，实现人类精英的伟大预言。

凯恩斯曾经指出：“一个好的‘思想’要改变人类历史的进程大约需要50年的时间。

”几乎每一种先进思想大约都超越了它的同时代人50年以上。

可见人们逐渐认识先进思想，并形成成为社会主流意识去改造世界，这一过程竟如此缓慢。

<<公关策划艺术>>

内容概要

本书为公关策划专业的最新著作。

本着与时俱进的理念，本书对我国加入WTO后公关策划的战略意义与功能作用，从理论到实践作了求新尝试。

特别是全书精选了最近几年国内外商战中大量鲜活的公关策划典型案例，且对其操作流程作了解析示范。

因此，本书对于开启公关策划思路，实现企业目标，具有很强的借鉴性和操作性。

本书内容涉及企业形象战略、消费者策略、渠道开拓、营销竞争、传媒运用、政府社区、国际公关、以及危机处理等诸多公关策划领域。

并对公关策划的思维艺术、方法艺术、策略艺术的运用，以及怎样撰写公关策划方案等，都作了深入浅出的阐释。

每章备附思考练习题和案例讨论题。

<<公关策划艺术>>

作者简介

卞权，祖籍江苏高邮。

上海体育学院新闻系副教授，北美大学（联合体）人文学客座教授。

青年时代在国家大型企业任新闻干事，继调新闻单位任文艺编辑、新闻记者。

后考入上海师范大学中文系，师承我国著名楚辞、唐诗专家马茂元教授、现代语言学家张斌教授等。

毕业后，长期于上海电视大学、上海体育学院执教古代汉语、中外文学史、新闻编辑学等主干课目。

改革开放后，应教学需要、教授公共关系、企业文化、企业管理学等等。

曾受聘于复旦大学、上海大学、东华大学、空军政治学院等高校任教，并兼任江、浙、沪多家企业的策划与培训。

多年来，爱好广泛，笔耕不辍。

先后发表作品与相关论文，包括著作等共100多万字。

主要著作：《中国历代谏书精选》中卷主编（总编：刘吉）、《台湾散文鉴赏辞典》（参编）、《中华古汉语字典》（参编）、《公关策划艺术》（专著）、《公关语言艺术》（第三版·合著）、《体育新闻编辑学》（专著）、《体育新闻作品评论》（专著）。

<<公关策划艺术>>

书籍目录

总论篇第一章 公关策划与现代经济 第一节 公关策划要与时俱进 第二节 中、美、日策划的对比 第三节 公关策划以“智”为本 第四节 公关策划也是生产力第二章 公关策划艺术概述 第一节 时代呼唤公关策划 第二节 公关策划艺术概说 第三节 公关策划的理论体系 第四节 公关策划的环节与要素原理篇第三章 公关策划的运作特征 第一节 公关策划运作特征的构成 第二节 公关策划的目标性特征 第三节 公关策划的超前性特征 第四节 公关策划的创造性特征 第五节 公关策划的程序性特征 第六节 公关策划的可行性特征第四章 公关策划的前提是调查研究 第一节 公关策划调研的意义 第二节 公关策划调查的种类 第三节 公关策划调研的原则 第四节 公关策划的常用方法 第五节 公关调查文书的撰写范式第五章 公关策划的智本是通才 第一节 策划家需要通才的优势 第二节 通才素质的三方面基础 第三节 通才的“八通”定律 第四节 通才的惊人创造能量 第五节 策划通力的行动能力第六章 公关策划的主题与为类型实践篇第七章 公关策划的思维艺术第八章 公关策划的方法世态第九章 公关策划的策略艺术第十章 公共关系营销策划第十一章 公关广告策划第十二章 国际公共关系策划第十三章 企业形象(CI)策划第十四章 公关策划机构与人员培训第十五章 怎样撰写公关策划文案

章节摘录

第五节公关策划的程序性特征 程序性：策划也是一种创造的程序过程，任何策划，包括公关策划都是按照整体（全程）的构想，将策划过程分解为一定的程序进行运作的。为此，策划不要明处作秀，贵在暗处、细处、难处、严处下真工夫，才能确保各道程序紧扣策划总目标。

一、程序是成功的必然 人类原始阶段的策划具有应急性和即兴性等非程序性特征。这种策划绝大多数属于经验直观型的策划，但是随着社会的发展、文化的进步、社会分工的日趋“细化”，策划由非程序性转向程序性，这是策划历史的必然趋势。古今中外许多策划典例，都证明了程序性的必然要求。例如战国时代，孟尝君门下的策士冯谖，以他的足智多谋和对复杂的政治关系的洞察力，为维护孟尝君的权力，并为他恢复相位而精心策划的过程，就具有明显的程序特征。

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>