

图书基本信息

书名：<<商务公共关系/21世纪高等教育商务秘书系列教材>>

13位ISBN编号：9787801595010

10位ISBN编号：7801595017

出版时间：2003-1

出版时间：中国建材工业出版社

作者：胡晓涓 编

页数：250

字数：282000

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>

## 内容概要

本书系统论述商务公共关系基本理论，阐述了商务公共关系活动策划、沟通、营销、危机管理等具体实务；既涉及到商务组织普遍存在的“CI”策划时代这一高层次管理艺术，又通俗易懂地介绍了商务秘书的专业教材，又可以作高职高专管理类、经济类、商务类、艺术类、旅游类及各工科类专业的教学用书。

书籍目录

第一章 商务公共系概要 第一节 商务公共关系概述 第二节 商务公共关系的基本原则与职能第二章 商务公共关系主体 第一节 商务组织 第二节 商务组织的公共关系部门 第三节 公共关系公司 第四节 商务公共关系人员第三章 商务公共关系客体——公众 第一节 公众的概念与特征 第二节 商务公共关系的公众分类 第三节 公众心理与行为第四章 商务公共关系手段——传播 第一节 传播原理 第二节 传播障碍与沟通 第三节 商务公共关系传播的种类与方式 第四节 商务公共关系传播媒介选择 第五节 商务组织怎样建立与媒体的关系第五章 商务公共关系工作程序 第一节 商务公共关系调查 第二节 商务公共关系策划 第三节 商务公共关系的实施 第四节 商务公共关系效果评估第六章 商务公共关系的新闻宣传 第一节 准备新闻资料和撰写新闻稿 第二节 商务公共关系广告 第三节 记者招待会或新闻发布会 第四节 策划新闻第七章 商务公共关系协调与沟通 第一节 商务组织与公共关系协调 第二节 商务公共关系沟通的含义与作用 第三节 商务公共关系沟通的分类与内容 第四节 有效地做好商务公共关系沟通 第五节 商务公共关系沟通礼仪 第六节 商务公共关系谈判第八章 商务公共关系专题性活动 第一节 常规性专题活动 第二节 专门性的专题活动第九章 商务公共关系营销 第一节 商务公共关系营销含义 第二节 商务公共关系营销优势 第三节 商务公共关系营销的功能与实施 第四节 公关营销的管理第十章 商务公共关系危机管理 第一节 危机公共关系举要 第二节 商务公共关系危机管理第十一章 商务组织形象与CI识别 第一节 商务组织形象策划原则 第二节 商务组织形象塑造 第三节 CI——商务组织形象识别系统 第四节 CI设计途径 第五节 CI导入过程参考书目

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>