

<<21世纪企业沟通>>

图书基本信息

书名：<<21世纪企业沟通>>

13位ISBN编号：9787801812117

10位ISBN编号：7801812115

出版时间：2004-1

出版时间：中国商务出版社

作者：菲利普.基钦

译者：北京世纪英闻

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>

<<21世纪企业沟通>>

内容概要

本书着重阐述了所有沟通经理都必须知道并理解的一些关键问题。

本书引用了BOOY SHOP、TEXACO、强生、英国石油公司（BP）、英国航空公司等企业案例进行讲解，这就使分析企业沟通的框架鲜活起来，为这一战略的成功实施提供了相当实用的指导。

企业沟通是最重要的、但也经常被误解的企业活动之一，企业沟通将所有针对企业的呼声和对接触点的管理由被动转为主动，现在它是一个组织必须掌握的最重要最有价值的资源之一。

基钦和舒尔茨等人认识到在组织方式、媒介系统、各种受众和利益相关者群体等方面发生的种种变化。

他们所提供的管理所有形式的企业沟通的当代模板，覆盖了从“首席执行官之声”到危机管理、到企业品牌等各个主面的管理。

本书是企业沟通、公共关系、公共事务、企业品牌、企业内部沟通工作的管理人员，特别是那些跨国企业或全球企业的沟通经理们的必读之书。

<<21世纪企业沟通>>

作者简介

菲利普·J·基钦是商业战略马丁诺顿教授，他在贝尔法斯特女王大学管理经济学院专职研究市场营销。

唐·E·舒尔茨在美国伊利诺伊州艾弗顿西北大学梅地尔机新闻学院担任整合营销学教授。

<<21世纪企业沟通>>

书籍目录

第一章 撑起企业之“伞”——21世纪的要求 介绍 背景 撑起企业之“伞” 21世纪的要求 本书综太与计划：各章概述 概述及结论第二章 言语领袖：充当发言人的首席执行官 介绍及概述 首席执行官的沟通背景 推定编排理论与转型领导 表达 战略模糊性与共同出发点 结论第三章 平衡多种经营企业的品牌政策 介绍及概述 SIDEC模式 战略 内部组织 推动力 环境 企业品牌战略第四章 反应并负责的沟通实践：多元视角 介绍 整合、帝国主义及侵犯 企业演变和整合的多样化 内部联合的政治手段 集体（企业）管理体系 建模、构图、布线及部门化 沟通管理的部门化 结论第五章 互动时代整合沟通的作用 介绍 全球环境背景 朝着全球品牌定位的沟通活动 整合沟通 全球视点 整合营销沟通 背景回顾 概述及结论第六章 企业的品牌与广告.....第七章 品牌、沟通和企业结构的全球化问题第八章 市场营销公关：二者结合之处第九章 危机沟通管理：保护并提高企业信誉及特征第十章 接管和合并：鬼门关意识第十一章 企业与代理商的合作第十二章 构想、价值、知识产权和资产第十三章 评估企业口碑的价值第十四章 企业之“伞”的关闭和重开撰稿人简介

<<21世纪企业沟通>>

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>