第一图书网, tushu007.com

<<公关策划实务>>

图书基本信息

书名：<<公关策划实务>>

13位ISBN编号：9787806774113

10位ISBN编号：7806774114

出版时间：2003-4-1

出版时间：广东经济出版社

作者：熊超群,潘其俊

页数：291

字数：280000

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

处理好公共关系，企业才能成功，这已经不是什么秘密。

公关是个人的立身之本，也是企业和市场的立身之本。

良好的公关，是诚信，是一种责任，是对企业、对组织、对社会负责的严谨态度和勇于承担责任的信心，是我们的企业可持续发展的原动力之一。

但是，公关活动要达到预期的目标和效果，离不开策划。
通过积累多年的公关策划研究与实践经验，加上吸收了海内外许多成功的著名案例，笔者对公关策划有了深刻的认识，并经过有效的实践，觉得公关策划并不难，难的是执行，而执行的关键在于认真。而有多认真，关键在于领导。

今天，公关策划已经成为一种管理职能，成为企业整合的核心——帮助建立并维持它与公众之间的相互关系。

老子说“治大国如烹小鲜”。
只要凡事小心谨慎，谁都可以做好公关策划工作。
本书有较强的系统性、指导性与实践性，并引用相当多的案例，抛砖引玉，目的无他，以期引起手握“判官笔”的同行的注意。

作者简介

熊超群，1967年生，研究员中国管理科学研究院科学技术传播研究所学术委员，澳大利亚西海岸管理科技学院客席教授，涉足新闻、策划、企业管理、研究机构、顾问咨询行业，具有十多年中外合资企业，民营企业管理经验，历任企划部长、人力资源总监、总经理助理、市场部经理、营

<<公关策划实务>>

书籍目录

第一章 公关策划≠美女＋交际　公关策划是一种独特的管理职能，它是当代营销整合的核心——帮助一个组织建立并维持它与公众之间的相互沟通，从而帮助我们这个复杂而多元化的社会更有效地取得一致和发挥作用。
第一节 公关概述　一、公关的含义　二、公关策划与商品广告的区别　三、公关策划的原则　四、公关传播的原则 第二节 公关策划：为市场营销播种　一、公关策划的悲鸣　二、公关策划应有自己的特色　三、公关策划对市场营销的意义 第三节 公关部与公关人员　一、公关部　二、公关人员的素质 第二章 公关策划的任务　公关策划工作虽然不是生产产品的过程，但是，它在本质上是一种运用脑力的理性行为，即事先决定做什么，何时做，怎样做，谁来做的问题，是经营决策的依据，它常常会“点化”产品与服务的灵魂。
所以，公关策划其实是对产品和月民务的二度锻造。
第一节 公关的主要任务　一、树立良好的品牌形象　二、帮助企业经营决策　三、处理企业与公众的关系　四、消除公众对企业的误解　五、分析和预测市场形势　六、促进经营产品和服务的营销 第二节 公关策划八步法　一、调查分析社会背景　二、确定主要公关目标　三、设计公关活动主题　四、分析公关目标公众　五、选择合适的宣传媒体　六、编写公关策划方案　七、活动经费预算　八、审定方案并认真执行 第三节 XX2002年无限风光巡回展策划方案　一、市场分析　二、活动背景　三、活动目的　四、活动形式　五、活动王题　六、活动时间、地点　七、活动执行细则　八、活动工作分工　九、活动执行进度表　十、注意事项　十一、附件 第三章 一堂生动的公关课　任何复杂的竞争，几乎都是脑力的竞争，公关策划其实也是一场头脑的竞争。
优秀的公关策划人员都能够凭着富有创造力的头脑把对手远远地甩在后面。
　公关策划的程序与一般营销活动的程序相同，包括公关调查、分析预测、拟定计划和实施计划等阶段，但由于公关策划的目的、作用与一般营销活动有区别，所以，各个阶段的内容又不完全一样。
　一、公关调查的内容及方法　二、公关策划　三、策划的实施　四、效果评估 …… 第四章 创建卓越的团队 第五章 公关策划的类型 第六章 公关文选的类型 第七章 公关危机 附录：公关策划成功案例评析 参考书目

第一图书网, tushu007.com

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