

<<现代公关策划>>

图书基本信息

书名：<<现代公关策划>>

13位ISBN编号：9787810561211

10位ISBN编号：7810561219

出版时间：1998-06

出版时间：中央民族大学出版社

作者：路华，周宏 主编

页数：360

字数：283000

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>

<<现代公关策划>>

内容概要

我国公共关系经过10多年的发展，使许多经营管理者明白，公关策划在现代企业的经营活动中发挥着不可估量的作用。

随着社会主义市场经济体制的不断完善，市场竞争更加激烈，个性鲜明的企业形象已经成为企业赢得竞争优势的重要因素。

面临严峻的市场挑战，迫切要求企业的公关工作尽快摆脱以往低层次的运作，成为配合企业经营战略、塑造成功形象的利器。

这正是本书的编写目的。

本书具有以下三个主要特征： 1.充分体现了公关策划作为一门应用学科的特点。

在系统阐述公关策划基本原理的基础上，对公关策划的实际操作进行了详细、全面的探讨，构建了更为系统、科学、全面的公关策划理论与操作体系。

2.对一些理论和操作实务进行了富有创新的研究和探讨。

在结合我国实情的基础上，对公关策划的组成要素、策划人员的素质、企业形象（CIS）定位、企业内部公关策划媒体、公关新闻传播等等，进行了系统、全面的论述。

3.在结合我国企业具体情况的基础上，借鉴了国内外公关策划理论与操作实务的最新成果，并配有一些实例、图表和案例分析，是我国经济类大专院校师生和工商企业经营管理者们的有益读物。

<<现代公关策划>>

书籍目录

第一章 现代公关策划概述 第一节 公关策划的概念与性质 第二节 公关策划的种类与原则 第三节 公关策划的职能
第二章 公关策划的组织与个人 第一节 公关策划部门 第二节 公关策划企业 第三节 公关策划(者)人员 第四节 公关策划行为准则简介
第三章 公关策划调研 第一节 公关策划调研的意义与原则 第二节 公关策划调研的内容 第三节 公关策划调研的方法
第四章 公关策划的计划 第一节 公关策划计划的概述 第二节 公关策划计划的编制程序 第三节 公关策划计划的内容
第五章 公关策划信息传播 第一节 信息传播的基本内容 第二节 公关策划传播中的信息 第三节 公关策划的媒体 第四节 公关媒体的选择策略
第六章 公关策划的谈判艺术 第一节 商务谈判的涵义和程序 第二节 公关谈判中的技巧 第三节 公关谈判中的策略
第七章 公关策划技术 第一节 撰写新闻稿 第二节 举办新闻发布会 第三节 利用内部沟通媒体
第八章 专题公关活动策划 第一节 专题活动计划 第二节 商品展览 第三节 纪念庆典活动 第四节 其他专题活动
第九章 公关礼仪策划 第一节 日常交往公关礼仪 第二节 接待公关礼仪 第三节 宴会公关礼仪 第四节 谈判公关礼仪
第十章 公关策划评估 第一节 公关策划评估概述 第二节 公关策划评估的方法 第三节 公关策划评估的内容
第十一章 国际公关策划 第一节 国际公关策划概述 第二节 国际公关策划环境 第三节 国际公关策划程序 第四节 国际公关策划的具体内容
附录 一、部分国家和地区节假日简介 二、世界各地时差表 三、格林威治标准时间的来历 四、世界各主要城市国际标准时间对照表 五、国际时间计算表 六、世界各地温差表 七、婚节纪念表 八、各国国花和花语 九、世界各国或各地区货币名称

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>