

<<整合营销之公关新闻策划(附CD)>>

图书基本信息

书名：<<整合营销之公关新闻策划(附CD)>>

13位ISBN编号：9787900353443

10位ISBN编号：7900353445

出版时间：2002年11月

出版时间：重庆电子音像出版社

作者：易圣华

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>

<<整合营销之公关新闻策划(附CD)>>

内容概要

内容简介 公关新闻策划，俗称“新闻炒作”，是一个让人既爱又恨的话题，然而，它为众多企业带来良好的效益却是不争的事实。

本书不是一本充满理论的长卷，也不是案例的汇编，它将结合实践和案例告诉你：“新闻炒作”应该持有哪些观念？

幕后如何操作？

新闻策划创意有何技巧？

常见的方法和角度有哪些？

如何建立新闻媒体的网络？

如何组建新闻策划的工作机构，公关新闻如何写作才能出彩？

它的规律和广告有何区别？

它与广告、促销、公关、直复营销如何配合？

与企业的营销目标如何结合？

在危机公关中如何发挥作用？

.....

本书作者长期在南方高科技企业中担任公关、企划、营销部门的负责人，他把积累多年的实战经验，结合亲自经历的、以及国内著名的“新闻炒作”成功与失败的案例，在“整合营销传播”和“品牌营销”的新的视角下，对“企业新闻策划”进行观照和总结。

它是国内迄今第一本系统阐述、深入探讨这一领域的菱。

读完本书，你将在“营销沟通组合”的兵库中，增添新的营销利器。

作者简介

易圣华，男，江西省安福县人，法学系毕业。

先后在数家南方高科技企业担任广告策划、新闻课长、公关部经理、策划部经理等职，现为深圳市龙脉营销策划有限公司项目总监、首席策划。

有为多家企业提供成功新闻策划、营销咨询服务成功案例，在《智囊》、《广告导报》、营销传播网、《商界》等管理、营销、广告类杂志、网站发表论文数十万字。

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>