

<<公关策划学>>

图书基本信息

书名：<<公关策划学>>

13位ISBN编号：9787309013399

10位ISBN编号：7309013395

出版时间：1994-09

出版时间：复旦大学出版社

作者：林汉川

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>

<<公关策划学>>

内容概要

内容提要

公关策划是公关实践中最富创造性的中心工作。

公关的成功，主要取决

于策划的成功；如果说公关是一门管理艺术的话，这艺术的集中体现，就是策划的艺术性。

本书提出了公关策划的理论意义和实践步骤，每一章都附有案例分析，极具操作性，并适合教学。

全书共分十章，除系统论述公关策划的原则和一般程序外，还列专章分别介绍了公关专题活动、公关调查、公关广告、公关新闻、公关谈判、公关推销和公关突发事件即公关危机的策划处理，最后一章对公关策划人员的素质提出了要求，并探讨了公关策划人员培训的若干途径。

<<公关策划学>>

书籍目录

目录	
前言	
第一章 公关策划概述	
第一节 为什么要提出公关策划	
第二节 公关策划的含义和特征	
第三节 公关策划在公关活动中的地位	
第四节 公关策划应遵循的原则	
第五节 公关策划学的内容体系	
第二章 公关策划的一般程序	
第一节 收集公关信息	
第二节 策划公关目标	
第三节 公关对象策划	
第四节 公关策略策划	
第五节 公关时机策划	
第六节 公关决策与公关效果评价	
第七节 案例分析	
第三章 公关专题活动策划	
第一节 公关专题活动策划的内容	
第二节 公关专题活动策划的特点	
第三节 公关专题活动策划的要求和应注意事项	
第四节 案例分析	
第四章 公关调查策划	
第一节 公关调查的功能、目的、对象和内容	
第二节 公关调查的原则与程序	
第三节 公关调查的方法与技术	
第四节 案例分析	
第五章 公关广告策划	
第一节 公关广告策划的含义及重要性	
第二节 公关广告策划的内容和程序	
第三节 公关广告策划的方式	
第四节 公关广告策划的技巧	
第五节 案例分析	
第六章 公关新闻策划	
第一节 公关新闻策划的内容与作用	
第二节 新闻媒体的策划	
第三节 公关新闻稿件的策划	
第四节 策划公关新闻报道的方法与技巧	
第五节 案例分析	
第七章 公关谈判策划	
第一节 公关谈判的含义、原则及特点	
第二节 公关谈判程序	
第三节 公关谈判的技巧和方法	
第四节 案例分析	
第八章 公关推销策划	
第一节 策划推销的含义和作用	

<<公关策划学>>

第二节 策划推销环境分析

第三节 策划推销艺术

第四节 案例分析

第九章 公关突发事件的处理策划

第一节 公关突发事件的类型与特点

第二节 公关突发事件处理的程序

第三节 公关突发事件处理策划的技巧

第四节 案例分析

第十章 公关策划人员的素质要求与培训

第一节 公关策划人员的政治素质

第二节 公关策划人员的心理素质

第三节 公关策划人员的业务素质

第四节 公关策划人员的培训

第五节 案例分析

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>