

<<公关技巧与案例>>

图书基本信息

书名：<<公关技巧与案例>>

13位ISBN编号：9787506414791

10位ISBN编号：7506414791

出版时间：1997-11

出版时间：中国纺织出版社

作者：杜芹平

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>

<<公关技巧与案例>>

内容概要

全书分为主体型公共关系、对象型公共关系、功能型公共关系三大篇，共十五章，每一章专门介绍某一种类型公共关系的应用技巧及案例。

本书理论与实践并重，力求做到理论与实践融汇贯通。

在每一章中，对各种类型的公共关系都有一定的理论论述，并侧重介绍应用技巧和案例。

本书可作为公共关系专业人员的从业参考书，也可作为公共关系学习者的教学参考书，尤其适合作为一般理论性的公共关系教材的配套用书，同时，亦可作为有志于从事公共关系工作的所有人士的自学参考书。

<<公关技巧与案例>>

书籍目录

第一篇 主体型公共关系

第一章 工业企业公共关系

第一节 工业企业公共关系的意义、功能、基本原则和观念。

第二节 工业企业公共关系的重点

第三节 案例

第二章 商业服务业企业公共关系

第一节 商业企业公共关系的特点、重点和主要任务

第二节 服务业企业公共关系的重点

第三节 商业公共关系的手段 传播

第四节 案例

第三章 政府公共关系

第一节 政府公共关系的重要作用

第二节 政府公共关系的主要职能

第三节 政府公共关系活动的主要内容

第四节 政府公共关系的特点和注意事项

第五节 案例

第四章 事业团体公共关系

第一节 医学公共关系学

第二节 行业协会的公共关系

第三节 案例

第二篇 对象型公共关系

第一章 员工关系

第一节 对员工公众的认知

第二节 员工关系的基本任务

第三节 与员工公众的沟通

第四节 案例

第二章 消费者关系

第一节 对消费者公众的认知

第二节 消费者关系的基本任务

第三节 与消费者公众的沟通方法

第四节 案例

第三章 政府关系

第一节 对政府公众的认知

第二节 政府关系的基本任务

第三节 与政府公众的沟通方法

第四节 案例

第四章 媒介关系

第一节 对媒介公众的认知

第二节 媒介关系的基本任务

第三节 与媒介公众的沟通方法

第四节 案例

第五章 社区关系

<<公关技巧与案例>>

- 第一节 对社区公众的认知
 - 第二节 社区关系的基本任务
 - 第三节 与社区公众的沟通方法
 - 第四节 案例
 - 第六章 竞争者关系
 - 第一节 处理竞争者关系的基本原则
 - 第二节 对竞争者公众的认知
 - 第三节 与竞争者公众的沟通方法
 - 第四节 案例
 - 第七章 股东关系
 - 第一节 对股东公众的认知
 - 第二节 股东关系的基本任务
 - 第三节 股东关系计划
 - 第四节 与股东公众的沟通方法
 - 第五节 案例
 - 第三篇 功能型公共关系
 - 第一章 日常事务型公共关系
 - 第一节 日常事务型公共关系概述
 - 第二节 公共关系实务工作的一般程序
 - 第三节 案例
 - 第二章 宣传型公共关系
 - 第一节 宣传型公共关系概述
 - 第二节 宣传型公共关系活动形式
 - 第三节 开展宣传型公共关系活动的一般程序
 - 第四节 案例
 - 第三章 征询型公共关系
 - 第一节 征询型公共关系概述
 - 第二节 公共关系调查
 - 第三节 案例
 - 第四章 危机型公共关系
 - 第一节 危机型公共关系概述
 - 第二节 危机管理纲要
 - 第三节 案例
- 后记

<<公关技巧与案例>>

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>