

<<服装企业公共关系学>>

图书基本信息

书名：<<服装企业公共关系学>>

13位ISBN编号：9787564032647

10位ISBN编号：7564032642

出版时间：2010-6

出版时间：北京理工大学

作者：黄建江//侯东昱

页数：215

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>

<<服装企业公共关系学>>

内容概要

本书主要介绍了服装企业公共关系学的基本理论，同时重点介绍了服装企业公共关系的职能、服装企业公共关系的传播、服装企业公共关系机构与人员、服装企业主要公共关系、服装企业公共关系的工作程序、服装企业公关专题活动、服装企业公共关系管理以及服装企业公关文秘的工作等方面的内容。

每章后面都附有服装企业的公关案例与分析，通过大量服装企业公共关系案例的实证，归纳总结服装企业运用公共关系基本理论开展公共关系活动的方法以及实现企业自身公共关系目标的途径。

本书内容新颖，案例丰富，可操作性强，实用性强，方便读者掌握服装企业公共关系学的基本理论，并在实践中运用和操作。

本书既适合高等院校服装设计、服装工程及服装表演等专业师生使用，也适合服装企业内部员工培训使用或其他行业公共关系从业人员借鉴参考。

<<服装企业公共关系学>>

书籍目录

第一章 公共关系概述 第一节 公共关系的定义及其发展 第二节 中国的公共关系的发展第二章
服装企业公共美系学概述 第一节 服装企业公共关系 第二节 服装企业公共关系学第三章 服
装企业公共关系的职能 第一节 收集信息 第二节 咨询决策 第三节 协调关系 第四节 传播
沟通 第五节 塑造形象第四章 服装企业公共关系的传播 第一节 服装企业公共关系传播概述
第二节 服装企业公共关系传播媒介的种类及选择第五章 服装企业公共哭系机构与人员 第一节
服装企业公共关系机构 第二节 服装企业公共关系人员第六章 服装企业重要公共关系 第一节
服装企业的内部公共关系 第二节 服装企业的外部公共关系第七章 服装企业公共关系的工作程序
第一节 服装企业公关调查 第二节 服装企业公关策划 第三节 实施方案 第四节 评估效果
第八章 服装企业业公关专题活动 第一节 服装企业公关专题活动概述 第二节 庆典活动 第三
节 赞助活动 第四节 展览会 第五节 礼仪性专题活动 第六节 新闻发布会第九章 服装企业
公共关系管理 第一节 信息管理 第二节 形象管理 第三节 传播管理 第四节 危机管理第十
章 服装企业公关文秘的工作 第一节 文书工作 第二节 信息工作 第三节 会务工作 第四节
事务工作参考文献

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>