

<<商务公共关系>>

图书基本信息

书名：<<商务公共关系>>

13位ISBN编号：9787801810144

10位ISBN编号：7801810147

出版时间：2002-8

出版时间：中国外贸

作者：王伟 编

页数：305

字数：258000

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>

## <<商务公共关系>>

### 内容概要

本书是一部研究和介绍商务组织公共关系的专门性理论和实务的著作。

该书针对我国加入WTO后，商务组织所面对的更为激励竞争的环境和趋势，借鉴发达国家成功的公共关系理论与实务，揭示了商务公共关系的本质和内涵，阐述了商务公共关系活动理论与实务，揭示了商务公共关系的本质和内涵，阐述了商务公共关系活动策划、沟通、谈判、营销等和内部深层公共关系——商务组织文化创造的理论及实务。

## &lt;&lt;商务公共关系&gt;&gt;

## 书籍目录

前言第一章 商务公共关系原理 第一节 商务公共关系的核心理论 一 公共关系与商务公共关系 二 商务公共关系的概念 第二节 商务公共关系的相关理论 一 商务公共关系的基本问题 二 商务公共关系的本质 三 商务公共关系的要求 四 商务公共关系的特征 五 商务公共关系的职能 六 商务公共关系的价值第二章 商务公共关系主体 第一节 商务公共关系组织机构 一 商务公共关系组织 二 商务公共关系部门 三 商务公共关系公司 第二节 商务公共关系人员 一 商务公共关系领导 二 商务公共关系顾问 三 商务公共关系员工 第三节 商务公共关系员工 一 公众的概念与特征 二 商务公共关系的公众划分 三 商务公共关系的顾客关系 四 商务公共关系的员工关系 五 商务公共关系的媒介关系 六 商务公共关系的政府关系 七 商务公共关系的同行与竞争者关系第三章 商务公共关系传播 第一节 商务公共关系的传播媒体 一 商务公共关系的传播媒体种类与特点 二 商务公共关系传播媒体的选择 三 怎样取得商务公共关系最佳传播效果 第二节 商务公共关系广告 一 商务公共关系广告及其特点 .....第四章 商务公共关系沟通第五章 商务公共关系专题活动与策划第六章 商务公共关系谈判第七章 商务公共关系营销第八章 商务公共关系道德第九章 商务公共关系危机管理第十章 内部高层商务公共关系——优秀商务组织文化培育第十一章 外部高层商务公共关系——最佳商务组织形象塑造主要参考书目

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>