

<<案说公共关系>>

图书基本信息

书名：<<案说公共关系>>

13位ISBN编号：9787810781251

10位ISBN编号：7810781251

出版时间：2002-1

出版时间：对外经济贸易大学出版社

作者：吕维霞 著

页数：505

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>

<<案说公共关系>>

前言

随着世界经济的一体化和中国市场经济的发展，公共关系在当今的经济与社会生活中发挥着越来越重要的作用。

公共关系作为一种管理职能、经营策略、传播行为和现代交往方式，已应用于各类组织的经营管理活动之中。

任何组织要想求生存、求发展，必须重视学习和应用公共关系的知识和技巧，积极开展公共关系活动。

加入WTO以后，中国的公共关系事业将迎来一个非常好的发展时期。市场经济急需公关事业的迅速发展，而公关事业的发展相应地要求人们掌握更多的公共关系的理论知识和技能，增强公关意识。

因此，公共关系对于政府、企业、事业单位，都很有用处。

21世纪伊始，教育部大力提倡学科建设和教材改革，支持并促进边缘学科和交叉学科的发展。作为一门新兴的、应用性极强的边缘学科和交叉学科——公共关系学，非常需要加强学科建设和教材编写，以充分体现其应用性、时代性的特点，并不断满足社会各个方面、各个层次的工作人员学习公关理论和公关实务知识的需要。

本书编写的目的在于为讲述公共关系课的教师和学生提供教学和课余学习所需教材和学习材料；同时，也为各大企业、政府机关和公司工作的人员，提供一部通俗易懂的案例与解说相结合的教材，使他们在已有工作经验的基础上深入了解、体会公共关系学的基本原理和基本实务，系统掌握公共关系的基本理论。

本书的新颖之处在于：一是结合案例讲述公关基本理论和基本实务，实现基本理论与实际材料的结合；二是通俗易懂，深入浅出，并在每一篇后附典型的案例练习，以起到深入学习和思考、巩固所学知识的作用；三是系统性强，将公共关系的基本理论和基本实务进行系统地阐述，以求对公共关系知识的全面把握。

在本书的编写过程中，霍夫曼公关公司的蒋浩、沈涛及其他一些公司提供了资料，在此表示感谢。

另外，作者曾参阅了大量国内外的著作和文章，并引用了其中的一些资料，在此谨向有关作者深表谢意。

由于作者水平有限，书中定有疏漏之处，请前辈和同行业的专家们批评指正。

吕维霞 2002年1月于北京

<<案说公共关系>>

内容概要

《案说公共关系》主要介绍了公共关系的组织机构、公共关系客体、公关模式、公共关系工作的一般程序、公共关系宣传等一些的案例，并对其进行了点评。

<<案说公共关系>>

书籍目录

第一篇 公共关系概论.第一章 公共关系的定义第二章 公共关系的几层涵义第三章 公共关系的功能案例练习1—1 专访霍夫曼公关公司总裁案例练习1—2 雀巢公司应用公关手段渡难关第二篇 公共关系的组织机构第一章 公共关系公司第二章 公共关系部案例练习 美国霍夫曼公关公司第三篇 公共关系的原则第一章 事实原则第二章 互惠互利原则第三章 全员公关原则案例练习 “呆头鹅”飞了起来第四篇 公共关系客体第一章 内部公众第二章 顾客公众第三章 媒介公众第四章 政府公众第五章 社区公众第六章 名流公众第七章 股东公众第八章 其他重要的公众分类案例练习4—1 只有一名乘客的航班案例练习4—2 稳得福烤鸭店怎么办——面对不全面报道的公共关系协调案例练习4—3 不与“饭碗团”正面交锋——A&P连锁店在冲突中的迂回策略案例练习4—4 河南家用电器厂的“名人效应”案例练习4—5 留意隐藏的上帝案例练习4—6 法斯通的轮胎回收第五篇 组织形象战略第一章 组织形象是知名度和美誉度的统一第二章 组织形象塑造的重要手段——CIS战略案例练习 杉杉集团的CI导入第六篇 公关模式第一章 战略性公关模式第二章 战术型公关模式案例练习6—1 国际商用机器公司就是最佳服务的象征——靠优质服务赢得公众和占领市场案例练习6—2 “健力宝”走向美国纪事第七篇 公关技巧案例练习7—1 一枚纽扣连着纽约城..案例练习7—2 诚招天下客 情满美食家——沟通顾客关系的“情感效应”第八篇 公共关系工作的一般程序第一章 调查研究第二章 公共关系策划第三章 公共关系活动的实施与评估案例练习8—1 模拟公关计划案例练习8—2 港湾公寓公关计划第九篇 危机公关第一章 公共关系危机的特点及发生危机的原因第二章 公共关系危机的预防和处理案例练习9—1 “三株”虚假广告风波案例练习9—2 霞飞“3?15”危机事件处理纪实第十篇 公共关系宣传第一章 公共关系新闻稿第二章 策划新闻事件（制造新闻）第三章 新闻发布会第四章 公共关系广告第五章 展览、展销活动第六章 社会赞助活动

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>