

<<公关总监>>

图书基本信息

书名：<<公关总监>>

13位ISBN编号：9787810884068

10位ISBN编号：7810884069

出版时间：2006-2

出版时间：西南财经

作者：李道魅

页数：250

字数：280000

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>

<<公关总监>>

内容概要

随着全球经济一体化，商业竞争国际化的进程加快，市场竞争愈烈，企业之间的竞争已经由价格竞争、服务竞争转向了品牌竞争和形象竞争，公共关系正是创造品牌、树立形象的强力助推器。目前公共关系工作的成效，也已经成为衡量一个组织管理水平的重要标志之一。

21世纪是公关的世纪。

随着公关时代的到来，公关已经成为企业发展的“龙头”，但目前我国公关水平相对较低，缺乏优秀的公关管理人才。

公关人才已经成为企业急需的稀缺性资源，优秀公关管理人才的匮乏已成为制约企业发展的第一瓶颈。

本书在编写过程中，参阅了大量国内外有关书籍和资料，在此一并表示诚挚的感谢。

由于编者水平有限，书中难免有不足和疏漏之处，敬请有关专家、学者和广大读者不吝批评指正。

书籍目录

第1章 公关总监的职责 第一节 沟通信息 第二节 协调关系 第三节 决策咨询 第四节 形象管理 第五节 教育培训第2章 公关总监的基本素质 第一节 鲜明的公关意识 第二节 良好的职业道德 第三节 合理的知识结构 第四节 良好的心理素质 第五节 全面综合的专业技能第3章 公关总监的工作流程 第一节 调查研究 第二节 谋划对策 第三节 监督实施 第四节 评估结果第4章 公关总监的交往礼仪 第一节 仪表礼仪 第二节 见面礼仪 第三节 宴请礼仪 第四节 交谈礼仪第5章 公关总监实务操作——CIS战略 第一节 CI概述 第二节 CI系统 第三节 CI导入 第四节 CI设计第6章 公关总监实务操作——公关新闻传播 第一节 传播的基本原理 第二节 公共关系传播媒介与选择 第三节 公共关系传播效果与原则 第四节 公关新闻传播的步骤技巧第7章 公关总监实务操作——公关广告宣传 第一节 公关广告的类型与职能 第二节 公共关系广告的制作与推出 第三节 公关广告文案的写作 第四节 公关广告的管理第8章 公关总监实务操作——公关专项活动 第一节 公关专项活动的概述 第二节 社会赞助 第三节 庆典活动 第四节 记者招待会 第五节 展览会 第六节 谈判第9章 公关总监实务操作——危机公关处理 第一节 危机公关概述 第二节 危机公共关系操作 第三节 危机管理计划与预警系统 第四节 企业危机管理的法则参考文献

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>