

<<公共关系策划>>

图书基本信息

书名：<<公共关系策划>>

13位ISBN编号：9787811211412

10位ISBN编号：7811211416

出版时间：2008-8

出版时间：上海中医药大学出版社

作者：蒋明军

页数：298

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>

<<公共关系策划>>

内容概要

《公共关系策划》力求与时俱进地探索与实践发展的新思路、新框架、新方法，体现新颖、创意、实用特点，突出策划的应用、意图。

通过《公共关系策划》能让考证学员和社会读者了解公关策划的知识，提高策划创意的素养，培养各类专项策划的能力，以更好地为建设中国特色社会主义服务。

<<公共关系策划>>

书籍目录

第一章 导论第一节 公共关系策划的历史考察第二节 公共关系策划的含义与特征第三节 公共关系策划的构成要素和价值功能第四节 公共关系策划的组织与人员第五节 公共关系策划的发展趋势第二章 公共关系策划的创意第一节 创新思维是公共关系策划的基础第二节 公共关系策划的创意第三节 公共关系策划创意中的谋略思想第四节 公共关系策划主体的创意素质第三章 公共关系策划的程序第一节 公共关系策划的信息搜集第二节 公共关系策划的创新思维开发第三节 公共关系策划的方案制订第四节 公共关系策划方案的优化与可行性评估第四章 公共关系专题活动策划第一节 公共关系专题活动策划概述第二节 新闻类公共关系专题活动策划第三节 文化类公共关系专题活动策划第四节 市场营销类公共关系专题活动策划第五章 组织形象策划第一节 组织形象策划的含义与特征第二节 CI策划第三节 CS策划第四节 非营利性组织形象策划第六章 传播媒介策划第一节 传播媒介策划的含义与特征第二节 新闻媒介策划第三节 网络公共关系策划第七章 政府公共关系策划第一节 政府公共关系策划的含义与特征第二节 政府公共关系策划的侧重点第三节 政府形象策划第四节 电子政府形象策划第八章 生态公共关系策划第一节 生态公共关系策划的含义与特征第二节 生态公共关系策划的影响因素第三节 生态公共关系策划的意义和方法第九章 品牌策划第一节 品牌策划的含义与特征第二节 品牌策划的侧重点第三节 品牌策划的原则和方法第四节 品牌形象代言人策划第十章 国际公共关系策划第一节 国际公共关系策划的含义与特征第二节 国际公共关系策划的原则和传播策略第三节 国际公共关系运作机制策划第十一章 组织危机管理策划主要参考文献后记

<<公共关系策划>>

编辑推荐

《公共关系培训丛书》为适应紧缺人才培养需要而编写，分《公共关系学》、《公共关系礼仪》、《公共关系策划》三本，融知识性、科学性、实用性与操作性于一体。旨在提升公关从业人员专业理论知识和操作技能；并引导人们树立“讲文明、知荣辱、学公关”的理念，从而更好地展示中华民族良好的组织形象与和谐的人际关系。

公共关系作为管理科学中一个新兴的分支，是关于组织和个人走向社会、建树形象、广结人缘的一门学问，也是社会文明的标志。

公关人才是21世纪紧缺人才之一，公共关系培训被列为“上海市紧缺人才培训工程”项目。

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>