

<<媒体公关>>

图书基本信息

书名：<<媒体公关>>

13位ISBN编号：9787111184096

10位ISBN编号：7111184092

出版时间：2006-3

出版时间：机械工业

作者：郭志台

页数：248

字数：222000

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>

## <<媒体公关>>

### 内容概要

媒体公关作为一种新兴的营销手段，是企业营销的新锐器，其投入产出与广告等其他方式相比，具有无可比拟的优势，其快速发展也是大势所趋。

本书对企业在媒体公关中必须面对的九个问题进行了系统的阐述，全面介绍了现代媒体的众生相，并告诉读者如何与媒体培养感情；如何举行成功的新闻发布会；企业新闻发言人应该具备怎样的素质和工作技巧；如何制造新闻；如何运用网络公关；以及如何处理危机中的媒体公关工作。

本书是从事媒体公关工作人员的实用参考书。

## <<媒体公关>>

### 书籍目录

前言第一章 成也媒体 败也媒体 第一节 媒体的商业化时代 第二节 媒体关系企业成败 第三节 在媒体的叫嚣中崛起第二章 现代媒体的众生相 第一节 完全解读当代媒体 第二节 看看媒体的胃口第三章 培养媒体感情 第一节 培养媒体感情的准备 第二节 培养媒体感情的技巧 第三节 当心媒体沟通陷阱第四章 成功的新闻发布会 第一节 成功新闻发布会的筹备 第二节 营造成功的沟通气氛第五章 企业新闻发言人 第一节 新闻发言人与企业 第二节 新闻发言人是怎样炼成的第六章 接受采访是最好的沟通 第一节 接受采访前的准备 第二节 采访中的非语言表达 第三节 接受采访的技巧第七章 制造新闻诱“降”媒体 第一节 免费宣传从新闻稿开始 第二节 制造新闻事件的方法 第三节 吸引媒体炒作的技巧第八章 网络公关 第一节 网络新媒体的崛起 第二节 网络媒体与企业公关第九章 危机中的媒体公关 第一节 媒体对企业的不利影响 第二节 决战危机时刻 第三节 与媒体沟通的误区参考文献

<<媒体公关>>

编辑推荐

《媒体公关如何用好营销利器》是从事媒体公关工作人员的实用参考书。

<<媒体公关>>

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>