

<<房地产公共关系应用>>

图书基本信息

书名：<<房地产公共关系应用>>

13位ISBN编号：9787112122295

10位ISBN编号：7112122295

出版时间：2010-9

出版时间：中国建筑工业出版社

作者：罗忠科，李文静 主编

页数：166

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>

## <<房地产公共关系应用>>

### 内容概要

本书是根据中等专业学校房地产公共关系应用教学大纲编写的，经住房和城乡建设部中等专业学校建筑与房地产经济管理专业指导委员会评审推荐。

本书内容包括四部分：基础知识，房地产公共关系实务，房地产企业公共关系礼仪，房地产企业公共关系文书。

本书既可作为房地产专业、也可作为职业技术学校其他专业使用教材。

## &lt;&lt;房地产公共关系应用&gt;&gt;

## 书籍目录

第一部分 基础知识	任务1 公共关系概述	过程1.1 公共关系的含义和特征	1.1.1 公共关系的含义	1.1.2 公共关系的特征	过程1.2 公共关系的构成要素	1.2.1 公共关系的主体	1.2.2 公共关系的客体	1.2.3 公共关系的手段	过程1.3 公共关系的职能	1.3.1 收集信息	1.3.2 咨询建议	1.3.3 参与决策	1.3.4 协调沟通	1.3.5 教育引导	1.3.6 树立形象	过程1.4 公共关系的工作程序	1.4.1 公共关系调查	1.4.2 公共关系策划	1.4.3 公共关系方案的实施	1.4.4 公共关系评估	任务2 房地产公共关系职业道德规范及相关法规	过程2.1 房地产从业人员应具备的公共关系素质	2.1.1 专业知识	2.1.2 心理素质	2.1.3 工作能力	2.1.4 公关意识	过程2.2 房地产公共关系职业道德准则	2.2.1 职业道德准则的含义	2.2.2 职业道德准则的内容	过程2.3 房地产公共关系的法律要求	2.3.1 《中华人民共和国物权法》的相关知识	2.3.2 《中华人民共和国合同法》的相关知识	2.3.3 《中华人民共和国反不正当竞争法》的相关知识	2.3.4 《中华人民共和国消费者权益保护法》的相关知识	2.3.5 涉外经济法的相关知识	2.3.6 《中华人民共和国著作权法》的相关知识	2.3.7 《中华人民共和国广告法》的相关知识	2.3.8 《中华人民共和国劳动法》的相关知识	2.3.9 国家有关新闻出版、信息传播等方面的法规																																																								
第二部分 房地产公共关系实务	任务3 沟通协调	过程3.1 接待联络	3.1.1 接待活动基本程序	3.1.2 电话接待联络基本程序	过程3.2 公众关系处理	3.2.1 公众问讯处理	3.2.2 与主要内外公众的事务性联系	【案例1】 ××市某房地产建设项目沟通协调计划	任务4 房地产公共关系信息传播	过程4.1 组织信息传播	4.1.1 大众传播媒介的基本类型和特点	4.1.2 与媒介交往的原则和方法	4.1.3 信息资料的收集	过程4.2 新闻发布	4.2.1 新闻发布的准备	4.2.2 新闻发布会的程序	4.2.3 新闻发布稿的写作	过程4.3 新闻稿的结构和撰写要求	4.3.1 新闻稿的结构	4.3.2 新闻的导语、主体和结尾	4.3.3 新闻的类型	4.3.4 撰写新闻稿的其他相关知识	过程4.4 公共关系广告	4.4.1 广告	4.4.2 公共关系广告的类型	4.4.3 公共关系广告媒介的选择	4.4.4 公共关系广告的制作要求	【案例2】 “上海早晨”营销成功	任务5 房地产公共关系的调查与评估	过程5.1 调查方法	5.1.1 访谈调查法	5.1.2 观察调查法	5.1.3 资料分析法	5.1.4 问卷调查法	过程5.2 调查问卷设计	5.2.1 问卷的定义和作用	5.2.2 问卷的结构	5.2.3 问卷设计的原则	5.2.4 问题设计和答案设计	5.2.5 问卷设计的注意事项	过程5.3 数据统计	5.3.1 数据统计的基础	5.3.2 数据统计的步骤	5.3.3 数据统计的简单方法	【案例3】 调查问卷实例与市场调研“动态观”理论	【案例3.1】 调查问卷实例(简要)	【案例3.2】 市场调研的“动态观”理论	任务6 房地产公共关系活动管理	过程6.1 公共关系活动策划	6.1.1 公共关系活动目标的确定	6.1.2 公共关系活动目标公众的确定	6.1.3 公共关系活动主题的提炼	6.1.4 公共关系活动的创意与构思	过程6.2 公共关系活动策划文案的撰写	6.2.1 文案的准备和撰写过程	6.2.2 文案撰写的要点	6.2.3 文案的排印和装订	6.2.4 公共关系活动预算的编写	6.2.5 策划方案的发表	过程6.3 公共关系活动的执行管理	6.3.1 公共关系活动场地的选择与确定	6.3.2 公共关系活动的人员管理	6.3.3 公共关系活动工作项目的分解与管理	6.3.4 公共关系活动的过程控制与管理	【案例4】 万科·广州四季花园	任务7 房地产市场开拓与销售	过程7.1 房地产推销策略和技巧	7.1.1 常用的推销策略	7.1.2 推销技巧	过程7.2 房地产销售的业务流程	7.2.1 房地产销售准备	7.2.2 房地产销售的业务流程	【案例5】 金凤凰	第三部分 房地产企业公共关系礼仪	任务8 接待礼仪	过程8.1 日常社交礼节	8.1.1 日常交际礼节	8.1.2 操作礼节	8.1.3 拜访礼节	8.1.4 宴请礼节	8.1.5 服饰礼节	过程8.2 仪表、仪态和仪容	8.2.1 仪表礼	8.2.2 仪态礼	8.2.3 仪容礼	第四部分 房地产企业公共关系文书	任务9 社交礼仪文书	过程9.1 专用书信	9.1.1 介绍信、证明信	9.1.2 贺信、贺电	9.1.3 慰问信、感谢信	9.1.4 推荐信和求职信	过程9.2 常用公文	9.2.1 报告	9.2.2 请示

<<房地产公共关系应用>>

9.2.3 通知      9.2.4 函      过程9.3 礼仪文书      9.3.1 请柬      9.3.2 邀请书  
9.3.3 聘书      9.3.4 祝词      9.3.5 欢迎词、答谢词参考文献

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>