

<<企业公关>>

图书基本信息

书名：<<企业公关>>

13位ISBN编号：9787301170731

10位ISBN编号：7301170734

出版时间：2010-5

出版时间：北京大学出版社

作者：吴贤军 编

页数：308

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>

前言

中国公共关系事业，顺应改革开放潮流而生，随着中国经济与社会的发展而日益展现其作为无形战略资源的独特魅力。

经过二十多年的发展和积淀，在中华五千年文明和中国特色社会主义的土壤里，公共关系这一崭新事业的发展已经初具规模，公共关系理论在实践中已得到越来越多、越来越有效的应用。

虽然现代公共关系作为一项事业、一种职业，在中国发展的时间只有短短的二十多年，但公共关系的思想和实践一直融合在中华民族几千年的优秀文化之中。

也正因为如此，有如久旱逢甘霖一般，公共关系的幼苗迅速地在改革开放的百花园中茁壮成长起来，并绽放出亮丽的色彩。

如今，公共关系已经融入各行各业的诸多领域，在品牌推广、企业传播、危机管理、政府形象、城市建设等诸多方面都发挥着日新月异的积极作用。

在中国人世、文化申遗、北京申奥、上海申博、抗击非典、汶川抗震救灾等一次次重大事件中，愈发彰显了公共关系独特的功能。

当前，中国的公关事业在科学发展观的引领下，融入了党中央提出的构建和谐社会的整体战略部署，进一步明确了自身的价值追求、政治方向和最终目标，正意气风发地迈向新的更高的起点。

中国举办的一系列国际性活动更是为公共关系服务提供了极好的舞台和巨大的商机。

可以这样认为，中国公共关系业迎来了最佳的战略发展机遇期，必将大展宏图。

行业的可持续发展，必须建立在专业化、规范化的基础上。

唯有不断进行理论研究和学术探讨，总结经验，开拓领域，才能保持蓬勃生机。

一直以来，公共关系事业得到一大批有识之士的大力支持，许多教育工作者和公共关系的爱好者为普及公关知识，开展公关教育，传播公关理论，培养公关人才付出了辛勤的劳动，用知识和智慧哺育公关事业的健康发展。

<<企业公关>>

内容概要

《企业公关》对古今中外经典的企业公关案例进行了详细的介绍、分析和点评，全面，系统地阐述了企业公关运作的手段与方法。

其内容涉及企业内部公关、企业形象公关、企业品牌公关、企业营销公关、企业新产品上市公关、企业政府公关和企业危机公关等。

《企业公关》适合于有意提升自身管理素质的各类企业中高层管理人员以及其他人员阅读和参考，也可供相关企业及高等院校作为公关培训教材使用。

作者简介

吴贤军，福建工程学院文化传播系讲师，国际关系(法学)硕士，本科和研究生均毕业于北京国际关系学院。

硕士生导师为北京大学新闻传播学院副院长程曼丽教授，研究方向为国际传播、公共关系、网络传播等。

现兼任福建省国际国内公共关系协会理事会员，已在国内刊物上发表论文近百篇。

<<企业公关>>

书籍目录

第一篇 企业形象公关之始——形象塑造 ——杉杉集团CI导入、推广和深化
第二篇 投之以桃报之以李——基于社会责任的企业政府公关
第三篇 审时度势打造声誉 ——健力宝的“中国魔水”形象公关
第四篇 科技影响中的企业危机公关 ——某通信公司“6·25”断网事件
第五篇 品牌化之路“赠人玫瑰，手留余香” ——公益的魔力 ——美国联邦快递公司用公益塑造品牌企业
第六篇 企业品牌化意识 ——传播添翼，以至千里
第七篇 企业品牌推广公关 ——“王老吉”的品牌效应
第八篇 应变之道 ——捷蓝航空公司的“2月危机”
第九篇 得人心树形象 ——海尔真诚到永远
第十篇 潮流之势 ——一体化营销公关 ——长虹背投彩电的营销公关案例
第十一篇 谋定而后动——新产品上市消费者诉求公关 ——雀巢的中国战略
第十二篇 品牌化之路“他山之石，可以攻玉” ——广告的魅力 ——星巴克品牌公关案例
第十三篇 随时应变 ——创意营销公关 ——“采乐，不一样的去屑”创意公关案例
第十四篇 媒介之音传播企业新产品 ——松下高清等离子电视上市
第十五篇 以信念凝聚人心 ——文化公关的魅力所在 ——日产汽车：重塑企业文化案例
第十六篇 以股东为本——构建良好的股东关系 ——金杯汽车公司重视股东关系
第十七篇 企业家与政府关系 ——企业家从政的政府公关案例
第十八篇 员工公关——企业人性化的彰显 ——通用汽车管理文化创新，化解员工危机
第十九篇 时代需求——绿色营销公关 ——中国“壳牌”的营销公关案例
第二十篇 新产品上市的“蝴蝶效应” ——市场推广公关 ——潘婷润发精华素市场推广
第二十一篇 抓住机会借势而上 ——宝马使力政府公关案例
第二十二篇 应对挑战安全先行 ——对企业的安全危机公关后记参考文献

章节摘录

开篇之论 在信息时代，对于网络而言，网络技术有了很大的发展，然而网络的安全也面对着更大的挑战。

网络黑客等使用的手段和工具借助于科技也显得更加尖端。

在网络安全这个问题上各国都是加倍的小心谨慎，因为一旦其数据库被盗，尤其是银行、国防、电信等这些事关国家安危的单位。

此次断网事件，虽然时间很短，然而影响却非常深远。

事件发生后，各大网站很快进行传播和转载断网事件。

然而该公司在此事处理上却存在很多问题。

第一，该公司不符合速度第一的原则。

在断网后，该公司没有及时给向公众解释事件发生的原因，也没有及时给公众带来的不便作出道歉。

当各大网站都在讨论此事时，该公司对此事还没有做官方的解释，也没有调查清楚事件发生的原因。

该公司这样的做法，给公众留下了极坏的影响，一时间各大网站对电信议论纷纷。

第二，网络防御意识薄弱，责任意识薄弱。

这次断网事件充分说明了网络安全防御上存在很大的问题。

从5月份到6月份短短两个月的时间居然出现了两次大规模的断网事件，这就说明在网络安全防御方面比较粗心大意。

断网事件发生后，该公司没有担起责任，也没有充分利用媒体和公众沟通。

两个小时后，网络连接上之后，该公司只是在网络上发了一封道歉信。

虽然广州分公司把事情交给公安部去处理，整个过程中，该公司都显得比较被动。

第三，网络出现带来的影响。

前文已经说过，科技是一把双刃剑，它给人们带来利益的同时，也给人们带来巨大的隐患。

就这次断网之事来看，之所以断网，说明电脑黑客的技术和手段要比该公司的网络安全防御系统技高一筹。

虽然科技进步了，网络给人们带来了方便，但各种病毒也层出不穷，这给人们带来新的挑战。

总之，这次断网事件，在科技日益进步的信息时代，有关部门应该充分提高科技创新能力，以此来应对各种高科技带来的危机。

同时各企业单位也应该增强抵御网络危险的能力，减少事故几率。

这对企业而言，危机管理的重点或许就应该在完善企业内部管理的同时，应该更加关注内部网络的防御系统，增强网络危险的抵御能力，以免重要数据丢失，致使企业机密被泄露。

.....

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>