第一图书网, tushu007.com

<<公关托出名牌>>

图书基本信息

书名：<<公关托出名牌>>

13位ISBN编号：9787307028128

10位ISBN编号：7307028123

出版时间：1999-9

出版时间：武汉大学出版社

作者：舒咏平

页数：353

字数：216000

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

名牌成为城市水准的标志，乧国家综合实力的象征。
名牌的确是跨世纪中国最为热门的话题之一。
今天中国即便是农村青年，也对国际名牌耳熟能详，这种市场与心态的同步演进，为中国的名牌事业提供了广阔的空间。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

舒咏平，安徽省黄山市人。
先后就读于安徽师范大学和南京大学，现为安徽师范大学文学院新闻系副教授。
曾在《中国社会科学》《南京大学学报》等学术杂志上发表论文40余篇，独著、合著《实用策划学》《公共关系策划》《公共关系概论》等著作9种。

<<公关托出名牌>>

书籍目录

1.名牌战略与公共关系之“ 恋 ” 1.1 名牌战略：中国企业的必然选择 “ 名牌战略 ” 的内涵是什么 中国企业，冷眼向洋看世界 世纪之交的民族吼声 1.2 公共关系：从热闹走向深沉 讲管理，兴文化——广义公共关系 树形象，搞活动——狭义公共关系 1.3 大连会议论“ 姻缘 ” 塑造形象，共同的心结 组合战略与专业战略 在动态中相生相长 从“ 皮尔 · 卡丹 ” 的成名看公关2.全员人:夯实名牌腾飞基础 2.1 众心合出“ 泰山 ” 来 · 名牌的基础 企业再不能那样过 · 建立现代企业制度 人哪人 · 以人为本的管理 企业的立体名片 · CIS 2.2 创造人和艺术 · 内部公关 公关的一半在内部 人才战略 · 创造万马奔腾的局面 开展内部公关活动 个性文化：创名牌的人和氛围3.渴望一举成名天下知:名牌的初创 3.1 塔夏香水问世与名牌初公关要求 贴切的品牌定位 可靠的质量前提 周密的传播策划 3.2 名正言顺走天下 · 品牌的命名 品牌命名的要求 品牌命名的方法 “ 神威 ” 命名前后的公关活动 3.3 新品牌问世的公关技法 4.跃上葱茏四百旋名牌的攀升5.创业难?守成难?:名牌的更新6.向“ 可口可乐 ” 看齐：创名牌产品的公关7.“ 麦当劳 ” 让你不服不行创名牌服务的公关

第一图书网, tushu007.com

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