第一图书网, tushu007.com

<<企业公共关系实务>>

图书基本信息

书名：<<企业公共关系实务>>

13位ISBN编号：9787308046381

10位ISBN编号：7308046389

出版时间：2006-5

出版时间：浙江大学出版社

作者：俞宏标

页数：302

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

内容概要

公共关系涉及面之广、难度之大，使其开展起来颇有些棘手。
鉴于此，编撰一本《企业公共关系实务》的书就显得尤为紧迫。
而采用基本实务型操作剖析企业公关，不失为一种简易而清晰的好方法。
它既能使公关在企业中的实施应用变得生动朴实，避免流于浮躁和花哨，而且能极大地促进企业自身目标的实现，真实地展现企业的公关功能。
这本《企业公共关系实务》就是在这样的目标下诞生的。
它不同于国内分类介绍公共关系的书籍，也不同于模式化理论化的教科书，此书构建了企业公关的基本框架和实践操作，旨在全面、系统、形象地介绍企业该如何开展一系列公关实务，以提高市场竞争力。
它阐述了企业公关实务的基本点滴，紧紧围绕“实务型的公关操作”展开，共分为“企业公关调研”、“企业公关策划”、“企业公关活动”、“企业公关礼仪”、“企业公关谈判”、“企业市场营销”、“企业广告策划”、“企业危机公关”等八个部分，条理明确，层次清晰。
每章每节都附有生动的范例分析，使理论与实践相结合，使企业公关实务有了实际的可行性和真实感。
“狭路相逢勇者胜”。
在这个大浪淘沙的世界，要想站稳脚跟，唯有不断充实自己，不断为企业“造血”，才能在日趋激烈的市场竞争中谋得一席之地。
这当然包括很多方面：管理，经营理念，产业优势，人才……但公共关系绝不能忽视；相反，企业必须有效地实施公关战略，方能与其他企业一比高下。
希望这本《企业公共关系实务》能为中国企业在日益全球化的市场竞争中提供一些帮助和裨益。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

俞宏标，男，1965年生。
1986年华东师范大学历史学专业毕业，后入中国人民大学修完“中国革命史”硕士课程。
从事“公共关系学”教学十余年。
在《浙江学刊》等学术期刊上发表论文十余篇。
参编各种教材六本，其中《中国革命史新编》（副主编）获农业部优秀教材一等奖。
参与“211工程”科研项目4项。

书籍目录

导言第一章 企业公关实务简介第一节 企业公共关系第二节 企业公关实务第二章 企业公关调研第一节 企业公关调研规划第二节 企业公关信息采集的渠道第三节 公关信息采集的基本方法第四节 调查问卷第三章 企业公关策划第一节 公关策划概述第二节 策划的一般程序第三节 国际先进的策划方法--CI策划第四章 企业公关活动模式第一节 战略型公共关系模式第二节 战术型公共关系模式第五章 企业公关礼仪第一节 企业公关公务礼仪第二节 企业公关社交礼仪文案第六章 企业公关谈判第一节 企业公关谈判守则第二节 企业公关谈判过程管理第三节 企业公关谈判总结第七章 企业市场营销第一节 企业市场营销调研与预测第二节 企业营销目标市场选择与营销定位第三节 企业市场营销战略制定第八章 企业广告策划第一节 企业广告策划调查与定位第二节 企业广告效果评估第九章 企业危机公关第一节 企业危机的特征与分类第二节 危机的预防与管理第三节 处理危机的方法第四节 危机后的形象重塑过程第五节 处理危机案例及评点？
参考文献及网络

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