

<<公共关系案例教程>>

图书基本信息

书名：<<公共关系案例教程>>

13位ISBN编号：9787309019254

10位ISBN编号：7309019253

出版时间：1997-12

出版时间：复旦大学出版社

作者：林汉川 李觅芳

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>

<<公共关系案例教程>>

内容概要

内 容 提 要

本书融公共关系理论与实务为一体，既有基本概念、基本原理的阐述，又有对与之相关的案例的精彩分析，实用性和操作性极强。

本书在编写上汲取了美国哈佛大学案例教学法的研究成果，所选案例绝大多数发生在中国，反映了当前中国公关实践的实际状况。

每个案例后并附有思考题，便于广大读者就现实公关问题进行分析，从而提高自己的公关能力。

<<公共关系案例教程>>

书籍目录

目 录

前言

上篇 公关案例教学原理

第一章 公共关系案例教学概论

1 - 1 公共关系案例与公共关系教学

1 - 2 公共关系案例教学的功能

1—3公共关系案例的分类

第二章 公共关系案例教学方法

2 - 1公关教学案例的选择与编写

2 - 2公关案例教学的组织与课堂讨论

2 - 3公关案例的分析报告

2 - 4公关案例教学的考试

中篇 公关理论与案例

第三章 公共关系和公共关系学

3 - 1本章主要内容

3 - 2本章案例与思考

案例一 消费者的回报

案例二 巧“借”生财

案例三 假如我是顾客

案例四 200美金的“报酬”

案例五 企业需要公关，公关就有效益

第四章 公共关系的起源与发展

4 - 1本章主要内容

4 - 2本章案例与思考

案例一 战国时期的公关活动

案例二 我看中国公共关系的发展

案例三 刘伯承二喝“结盟酒”

案例四 胜过强弓劲旅的公关

第五章 社会关系和公共关系

5 - 1本章主要内容

5 - 2本章案例与思考

案例一 企业公关须为社会尽责

案例二 市场经济与社会关系的变化

案例三 市场经济中的公关意识

案例四 建立良好的政企关系

案例五 音乐起，摩擦生

案例六 你敬人一尺，人让你一丈

第六章 公共关系的构成要素

6 - 1本章主要内容

6 - 2本章案例与思考

案例系列 公共关系与长城饭店形象

第七章 公共关系的职能和功能

7 - 1 本章主要内容

7 - 2 本章案例与思考

案例一 “金龙泉”巧打名人牌

<<公共关系案例教程>>

案例二 公关帮助新安誉印打字社克服改革阻力

案例三 成功的公关实践使微缩景区“锦绣中华”一鸣惊人

案例四 巧用公关术，求职易满意

案例五 一根头发丝的效应

案例六 借“蝶”扬“花”

案例七 于无声处听惊雷

案例八 引进专家智囊团，企业再创大手笔

第八章 公共关系的类型

8 - 1本章主要内容

8 - 2本章案例与思考

案例一 金杯汽车公司重视股东的关系

案例二 上海染化一厂关心并支持社区建设

案例三 “星火”炒的什么“菜”？

案例四 新苑纪律 如钢似铁

案例五 上海电化厂的“新闻发布会”

案例六 最佳精神 最佳效率

案例七 利用新闻报道扩大企业知名度

案例八 营造爱的绿洲

第九章 公共关系的基本原则和规范

9 - 1本章主要内容

9 - 2本章案例与思考

案例一 水门事件与尼克松下台——“这是公关的失策”

案例二 魔力神奇的《正泰每日新闻》——组织内部公众之间的信息沟通

案例三 信誉投资带来经济利益

案例四 一次三联式公关活动

案例五 双向沟通的力量

案例六 良好企业声誉带来的效益

案例七 失败的原因何在？

案例八 百分之百守信用

下篇 公关实务与案例

第十章 公共关系实务方法论

10 - 1本章主要内容

10 - 2本章案例与思考

案例一 “鸽子事件”——媒介公共关系中的“制造新闻”

案例二 “野马”奔腾，棋高一着

案例三 酒好也须巧宣传

案例四 音乐中飘出的“酒香”

案例五 邯郸市人民商场的“二次公告”

案例六 电视拜年 一举成名

案例七 法国白兰地的轰动效应

案例八 某饮料厂接连败诉的启示——无视新闻

<<公共关系案例教程>>

媒介关系的后果

第十一章 公共关系实务操作之一：前期调查

111本章主要内容

112本章案例与思考

案例一 “先搞清这些问题”

案例二 市场调查——企业致胜的先行官

案例三 女总统的笑

案例四 功到自有“百花”开

案例五 高级品不二价

案例六 独辟蹊径，抢占市场

案例七 让开大道，占领两厢

案例八 在长城饭店“小事不小”

——日常公共关系调查与策划

第十二章 公共关系实务操作之二：言语传播

12 - 1本章主要内容

12 - 2本章案例与思考

案例一 一次特殊的接待

案例二 “谨防假冒”的新闻发布会

案例三 口才是公关谈判的基本功

案例四 旁敲侧击的效果

第十三章 公共关系实务操作之三：文字传播

13 - 1本章主要内容

13 - 2本章案例与思考

案例一 “东楼改造工程竣工，以崭新面貌喜迎秋交”

案例二 “欲速”而不达

案例三 “水电泵”和“输送机”

案例四 比“广告”本身更重要的广告

案例五 上海百货公司钟表眼镜分公司简介

案例六 三句话的公关广告带来了三种奇特效果

案例七 “钟声”的效力

第十四章 公共关系实务操作之四：实像传播

14 - 1本章主要内容

14 - 2本章案例与思考

案例一 下乡放录像，动销万吨肥

案例二 当场充制，货真价实

案例三 墨西哥人的营销策略

案例四 亚细亚商场全新的企业文化

第十五章 公共关系实务操作之五：复合式大众传播

15 - 1本章主要内容

152本章案例与思考

案例一 福特厂庆75周年，影响遍及全世界

案例二 江苏省保险公司与文艺、体育界联姻

案例三 精心“制造新闻”

案例四 五星级酒店的沟通效应

第十六章 公共关系专职机构和专业人员

161本章主要内容

<<公共关系案例教程>>

16 - 2 本章案例与思考

案例一 环球——中国第一家公共关系公司

案例二 为塑造上海形象服务

案例三 上海锦江饭店公关部的三项基本职责

案例四 “大衣怎么放”——一次公关部长聘任考试

案例五 “我的公关生涯”

——广州白云山制药厂公关部艾米自述

案例六 王勇强与公关

案例七 “世界第一——差”

<<公共关系案例教程>>

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>