

<<医院形象与危机公关>>

图书基本信息

书名：<<医院形象与危机公关>>

13位ISBN编号：9787309057669

10位ISBN编号：730905766X

出版时间：2007-11

出版时间：上海复旦大学

作者：桂永浩，孟建主编

页数：267

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>

<<医院形象与危机公关>>

内容概要

本书作为一本医院管理者日常工作的实战书，从公共关系学的学科构架上对医院的形象战略和危机处置做了全面的分析和研究，并结合实际的案例进行了点评和总结。

全书信息量大，材料翔实，分析深入，对医疗行业在执行形象战略和进行危机公关时所面对的政策、媒体环境和公众态度等方面做了细致的调研和剖析，具有较强的指导性和前瞻性。

相信本书不但可以对医院的管理者们提供有益的借鉴和帮助，也可以吸引更多的专家学者对医院形象战略和危机公关这两个极具现实意义的议题做更加深入、细致的探讨和研究。

<<医院形象与危机公关>>

书籍目录

上篇 医院形象传播战略 第一章 医院形象及传播战略的理论综述 第一节 医院形象传播的目的和意义 第二节 医院的形象传播内涵 第三节 医院形象传播的特点和思路 第四节 研究现状
 第二章 医院形象现状研究 第一节 我国医院形象现状 第二节 儿科医院的媒体形象分析 第三节 儿科医院形象认知调查问卷分析 第三章 医院形象的影响和决定机制 第一节 政府相关职能部门关系 第二节 社区关系 第三节 新闻媒介关系 第四节 医患关系 第五节 医院内部公共关系 第四章 医院形象的构建和培育 第一节 构建医院医术形象 第二节 构建医院文化形象 第三节 构建医院服务形象 第四节 构建医院环境形象 第五节 构建医院标识形象 第六节 构建医院公益形象 第五章 医院形象的传播和评估 第一节 人际传播与医院形象 第二节 组织传播与医院形象 第三节 大众传播与医院形象 第四节 医院形象传播的评估 第六章 案例研究 一、复旦大学附属儿科医院倾心救治，宁夏女孩从此不再伤“心” 二、把阳光进行到底——儿科医院“阳光小屋”及白血病儿结对活动 三、“夫人外交”纪实 四、7岁肾衰竭女孩新生记 五、身病亦需心药治——糖尿病儿童夏令营 六、为了孩子的“炒作”——果冻安全问题 七、小小心愿，点亮生命 八、“兄弟”联手救患儿，献礼复旦新百年——儿科医院、中山医院合作完成患儿亲肝移植手术
 下篇 医院危机公关战略 第七章 医院危机公关的理论概述 第一节 选题的目的和意义 第二节 危机与医院形象 第三节 医院危机公关的定义和特点 第四节 医院危机公关的平台构建 第五节 医院危机公关的研究现状 第八章 医院危机公关的监测机制 第一节 监测体系的建立方式 第二节 监测体系的实施形式 第三节 危机公关迹象监测 第四节 危机监测期间的公关策略 第九章 医院危机公关的预警机制 第一节 医院危机公关预警的原则与作用 第二节 国外医院危机公关预警模式借鉴 第三节 我国医院危机公关预警机制设计 第四节 医院危机公关预警指标体系构建 第十章 医院危机公关的应急处置 第一节 医院危机公关的特点 第二节 医院危机公关的流程和措施 第三节 现有医院危机公关应急机制的分析和评价 第十一章 医院危机公关的大众传播控制 第一节 当前媒介环境分析 第二节 医疗行业媒介环境分析 第三节 媒体内部的危机事件报道机制 第四节 互联网时代的医院危机公关 第五节 医院危机公关面临的问题及应对措施 第十二章 医院危机公关的事后评估 第一节 医院危机公关事后评估的原则 第二节 医院危机公关的事后评估要素 第三节 医院危机公关事后评估方法的体系 第四节 医院危机公关事后评估的注意方面 第五节 医院危机公关事后评估的建议 第十三章 案例研究 一、跨越海峡的生命接力——安安转运 二、面对危机，我们还该做些什么——小学生集体食物中毒 三、算算“非典”的账——由抗击“非典”所想到的 四、救人最要紧——民工子弟小学倒塌事件 五、团队合作筑就新生——儿科医院成功治疗裸心儿童 六、为了救治被重度虐伤的女童 七、联体姐妹要单飞 八、惊险的七月大拯救——抢救“龙凤”四胞胎纪实附录 [附1] 国家突发公共事件总体应急预案 [附2] 国家突发公共卫生事件应急预案 [附3] 国家突发公共事件医疗卫生救援应急预案 [附4] Developing a strategy to enhance environmental public health services
 后记

<<医院形象与危机公关>>

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>