

<<现代公共关系案例教程>>

图书基本信息

书名：<<现代公共关系案例教程>>

13位ISBN编号：9787313088970

10位ISBN编号：7313088973

出版时间：2012-8

出版时间：上海交通大学出版社

作者：马志强

页数：299

字数：344000

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>

## <<现代公共关系案例教程>>

### 内容概要

马志强主编的《现代公共关系案例教程》的编撰以传播学为背景，以全社会的“组织”为出发点，以“组织形象的建设”为维度，以塑造形象为重点，而不是以企业组织的活动为基点。本书列举了各类社会组织的公共关系的典型案例，企图用案例来阐释公共关系的基本原理。这是本书和其他同类书的最大不同点。

本书共12章，除了第一章论述了案例的基本理论外，其余11章分别进行了案例解剖。本书共选取了46个案例，从不同的角度来解释和阐述传播学基点上的公共关系。这些案例都具有典范的作用，能对公共关系理论进行较好的诠释。

《现代公共关系案例教程》语言通俗，概括性强。  
案例具有代表性，也有新鲜感。  
尤其是案例点评，都道破了案例的真实意义，可读性强。  
既可以作为教材使用，也可作为通俗读物。

## <<现代公共关系案例教程>>

### 作者简介

马志强，河南商丘市人。

浙江传媒学院教授，中国新闻教育学会理事、中国高教公关专业委员会理事、中国高教秘书学会理事，浙江省传播学会常务理事兼学术部部长，浙江省公共关系协会副会长兼学术委员会副主任。现在主要从事传播学和区域发展方面的研究。

## <<现代公共关系案例教程>>

### 书籍目录

#### 第一章 公共关系案例导论

第一节 公共关系案例的意义

第二节 公共关系案例的分类

#### 第二章 国家公共关系

第一节 奥运公关——中国“和平崛起”的大国形象标志

第二节 世博公关——中国全面“融入世界”的第一步

第三节 中国神舟号系列飞船上天——中国科技实力的全面提升

第四节 积弱、内乱、被欺、贫穷——战争阴影中的阿富汗国家形象

#### 第三章 政府公共关系

第一节 政府“执政为民”形象的一次大彰显——“7.29”我国矿难危机事件中一次最成功的处理

第二节 对贪污腐败绝不姑息——香港廉政公署的反贪形象深入人心

第三节 同样的自毁形象，但不同的结果——“最牛的县委书记”和“最牛的县长”的两相比较

第四节 政府要在危急处理中学会维护自己的形象——从河北大学“我爸是李刚”事件中得出的教训

#### 第四章 区域公共关系

第一节 文化圣地度假天堂好客山东欢迎您——山东旅游形象塑造一瞥

第二节 打造中国最美、最幸福的城市——杭州城市形象塑造的经验

第三节 原汁原味、平实古朴——江南古镇西塘的形象魅力

第四节 是谁在玷污三亚形象——三亚“坑客门”事件的反思

#### 第五章 军队公共关系

第一节 大阅兵——我国军队形象的对外展示

第二节 威武之师——海军亚丁湾护航彰显中国军队的实力

第三节 文明之师——“5.12地震”，中国军队参加抢险救灾的动人事迹

第四节 精兵好战虎狼之师——以色列军事形象点评

第五节 北极熊——俄罗斯重整军事形象一瞥

#### 第六章 文化、医疗、教育单位公共关系

第一节 悬壶济世铸就金牌——上海瑞金医院利用公共关系铸就品牌服务

第二节 “金鹰”振飞——湖南电视台形象塑造的成功案例

第三节 贫困地区办大学——吉首大学形象塑造和建设案例分析

第四节 干干净净走世界——钱江晚报打造报纸形象案例

第五节 打造出版业的精品形象——广西师范大学出版社二十年的辉煌道路

#### 第七章 企业公共关系

第一节 植根诚信立志高远倡导和谐鼓励创新——盾安控股集团有限公司的和谐企业文化建设

第二节 “谭木匠”不仅仅是一个传说——“谭木匠”成功的秘密

第三节 “蠢笨的达芬奇”——达芬奇家居事件折射的企业危机公关困境

第四节 强势的国有垄断企业与公众的一场博弈——四大国有银行的借记卡收费风波

#### 第八章 国际公共关系

第一节 一桩稀里糊涂的口水官司——SK- 事件的来龙去脉

第二节 跨文化交流中的不同认知——伤害中国人民感情的丰田广告

第三节 汽车巨人栽的一个“大跟头”——丰田汽车召回事件给世人的警示

#### 第九章 名人公共关系

第一节 展示大国的胸襟和风度——温总理到日本灾区访问的公关外交

第二节 强壮和自信——俄罗斯总统普京的肌肉展示

第三节 “布什型”自行车名言天下——天津自行车厂一次成功的公关案例

第四节 名人代表的可不仅仅是自己——万科王石捐款门事件风波始末

第五节 领导人物自毁形象的典型——从深圳海事局“牛哄哄的副局长”言行谈起

## <<现代公共关系案例教程>>

### 第十章 危机事件处理时期的公共关系

第一节 “5.12汶川大地震”——一次国家危机公关完美处理的大手笔

第二节 面对媒体的批评，麦当劳第一时间做出了反应——公关应当学学麦当劳

第三节 危机公共关系可不是“作秀”——从双汇瘦肉精事件看双汇危机公关的败笔

第四节 “高铁体”的诞生——“723”甬温线动车追尾事故由新闻发言人引发的次生危机

### 第十一章 企业社会责任

第一节 “快乐人生吉利相伴”——从吉利看民营企业的社会责任

第二节 太湖的哭泣——环太湖流域企业污染太湖案例

第三节 缺少起码的社会良知导致的最终破产——震惊中外的三鹿毒奶粉事件

第四节 跨国公司企业缺失社会责任案例——米其林“环保门”事件

### 第十二章 伪公共关系

第一节 典型的伪公关现象——网络公关和水军的泛滥

第二节 万不能把公共关系演变为互相攻讦的“武器”——几个毁坏竞争对手形象的负面案例

第三节 媒体的公信力是这么丧失的——两例媒体自毁公信力的案例

第四节 可耻的“媒体公关”——轰动一时的山西矿难“媒体封口费”事件

### 参考文献

<<现代公共关系案例教程>>

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>