第一图书网, tushu007.com

<<网络时代的企业媒介关系处理方略>>

图书基本信息

书名：<<网络时代的企业媒介关系处理方略>>

13位ISBN编号：9787564017941

10位ISBN编号：7564017945

出版时间：2009-1

出版时间：北京理工大学出版社

作者：许燕

页数：199

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

《网络时代的企业媒介关系处理方略》对中国企业的媒介关系现状进行了分析，概括了网络时代的中国企业进行媒介关系处理的战略思路、基本程序、日常工作细节以及危机处理规程，并提供了大量典型案例及其分析。
书中提出了“新闻为本”这一符合多方利益的长远发展理念，并对未来媒介的变化趋势进行了预测。
《网络时代的企业媒介关系处理方略》是一本专门帮助企业或组织在互联网时期处理媒介关系的参考读物，全书视角宽阔，材料充分，操作性强，可供公关人员、企业管理人员、媒介从业人员参考借鉴，也可作为组织媒介关系发展研究的学术参考书。

书籍目录

第一章 企业与媒介：新世纪的重要伙伴一、企业媒介关系热潮的时代背景二、中国企业改善媒介关系的必要性三、现阶段我国企业的媒介关系状况第二章 新闻为本：企业媒介关系新理念一、反思以往企业媒介观的弊端二、以新闻为本位建立媒介关系新模式三、遵循新闻价值规律担负企业社会责任第三章 企业与媒介良性关系发展策略一、站在战略高度看媒介二、执行媒介关系策略的基本要求三、提高媒介关系处理技巧四、破除相互间的误会与矛盾五、适应信息传播新特点六、加强媒介素养第四章 企业媒介关系处理的基本工作一、明确工作基本程序二、如何接受媒介采访三、媒介信息制作四、媒介选择与信息投放五、日常关系培养六、新闻发布会七、媒介专题活动八、综合案例第五章 信息安全与危机处 一、危机意识与信息安全二、危机处理三、综合案例第六章 打造企业媒介新生态一、新媒介大趋势二、未来企业媒介公关新走向三、新技术应用四、新领域的拓展五、打造企业信息化平台六、修正现存问题，建立新型关系七、加强对国际传媒的认知和利用八、综合案例参考文献

章节摘录

第一章 企业与媒介：新世纪的重要伙伴　　一、企业媒介关系热潮的时代背景　　21世纪以来，全球文化的融合科学技术的发展给中国传媒业带来了空前繁荣，也使媒介关系起来越成为中国现代企业生存和发展过程不不容忽视的强大力量。
中国企业的媒介关系处理已经从最初的广告交易、公关联谊发展到了一个新的阶段。
以往关系简单、利益互惠的企业媒介关系模式随着新闻报道、环境、受众等隐性因素的显现以及社会各方面因素和关系的变化而发展到了更新、更复杂的状态。
媒介关系是企业或组织与报刊、广播、电视、杂志、网络等大众传播媒介之间的关系。
它是企业或组织外部关系中十分重要的组成部分，也是企业或组织与外界沟通、交流的重要桥梁和工具，通过媒介可以较大规模地向公众(消费者)传递本企业重要的信息或主张，树立良好的公众形象，从而使企业自身的文化、主张和产品得到广泛的社会认可。
……

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