

<<最佳公共关系案例>>

图书基本信息

书名：<<最佳公共关系案例>>

13位ISBN编号：9787802557062

10位ISBN编号：7802557062

出版时间：2010-12

出版时间：企业管理

作者：中国国际公共关系协会

页数：286

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>

<<最佳公共关系案例>>

前言

中国最佳公共关系案例大赛自1993年设立以来，每两年一届，现在已经成功举办了9届。这一大赛在过去的18年中，借鉴了世界公关领域金奖大赛的经验和标准，总结中国公共关系市场的最新成果，推动了中国公共关系行业职业化、专业化和规范化发展。

每一次参赛作品都是公共关系理论与实践的结晶，每次赛后我们都会把获奖案例附上专家的点评汇编成册，供同业人员分享，从第五届开始，我应邀为这本书写序，至今整整十年了。

成语说“十年磨一剑”，回顾中国公共关系事业十年的发展，五届案例大赛的经典汇编就是一个缩影。

我之所以特别用到“公关事业”这个词，是想说明中国公共关系的发展是一个涵盖了政府、企业和社会组织等全社会学习与应用公共关系的过程。

由公共关系公司所代表的中国公共关系行业，既是中国公关事业的一个重要组成部分，又是推进公共关系事业专业化发展的核心力量。

十年以前，公共关系伴随着改革开放的大潮从西方传入中国，国内高校公共关系理论的教学成果、公关公司专业代理的服务水准，已经体现在当时案例大赛和经典汇编之中。

但政府、企业尤其是大型国企和社会组织的公关案例基本没有。

<<最佳公共关系案例>>

内容概要

本书收录了第九届中国最佳公共关系案例大赛最优秀的51个案例(包括17个金奖、29个银奖和5个单项奖),案例类别涉及媒介关系、企业传播、内部公关、社区关系、政府关系、国际公关、营销公关(产品)、营销公关(服务)、新产品上市、大型活动、财经公关、文化体育、医疗保健、环境保护、网络公关、品牌管理、危机管理、议题管理、企业社会责任和政府及非营利组织20个类别。

这些优秀案例集中反映了2008—2009年期间中国公共关系领域的最新实务成果,具有较高的研究价值和借鉴作用。

该书主要适用于各类管理人员、公关从业人员以及高等院校专业老师、科研人员和学生。

<<最佳公共关系案例>>

书籍目录

序一序二前言单项奖媒介关系类企业传播类内部公关类社区关系类国际公关类营销公关（产品）类营销公关（服务）类新产品上市类大型活动类财经公关类文化体育类医疗保健类环境保护类网络公关类品牌管理类危机管理类奥运公关类企业社会责任类政府及非营利组织类

<<最佳公共关系案例>>

章节摘录

我们认为奢侈品牌应适当“放下身段”，并采用新的渠道和方式去接近中国最具购买力的年轻消费者。

如何既保持奢侈品的高端定位，又能与消费者产生共鸣？

互联网无疑是联结两者间的最佳选择。

菲拉格慕香水品牌网络传播的关键应是建立以品牌为基点、以目标消费人群为中心、以网络媒体为波动推力的“网络时尚生态圈”，进行奢侈品精神内涵和生活体验的大众时尚化传播。

我们在重点的网络媒体接触点上实行突破、沿线扩散覆盖主流时尚频道和论坛，快速提升知名度；结合现实或虚拟时尚圈的影响力与虚拟行为体验深化品牌认知，通过互动式的体验全面感知产品的精神内涵，形成口碑。

传播方式上以新品试用和口碑传播为重点，采用“精准深入传播+广泛覆盖曝光”的方式，整合网络专题、线上互动活动、BBS、博客、视频、邮件、手机等多种新媒体手段，分别策划具有关注热点的网络公关事件和话题，将时尚追求、虚拟行为与品牌体验有机结合，令消费者全面感知菲拉格慕香水的精神内涵和时尚生活方式。

<<最佳公共关系案例>>

编辑推荐

《最佳公共关系案例（第9届）》汇集了中国最优秀的公关案例，为公关从业人员不断提高专案策划和实务操作水平提供了指南，它可谓业界近年来少有的一次饕餮盛宴，也是公关精英创新理念的一次大碰撞，此书的问世将为中国公关行业走向更大的辉煌奠定坚实的契机！

<<最佳公共关系案例>>

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>