

《体育媒体公关：美国经验与中国健

图书基本信息

书名：《体育媒体公关：美国经验与中国借鉴》

13位ISBN编号：9787308136426

出版时间：2014-8

作者：易剑东

页数：420

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《体育媒体公关：美国经验与中国健

内容概要

通过浏览美国六大职业体育联盟及其俱乐部网站，收集体育媒体公关的现实案例和相关文本，全面展示美国体育组织媒体公关的主要内容、手段及其与组织运行的内在联系，阐明中国体育组织如何借鉴美国经验提升媒体公关的能力和绩效，提高体育组织运行的效益。

《体育媒体公关：美国经验与中国健

作者简介

易剑东，男，1969年10月生，江西丰城人。江西财经大学副校长、北京体育大学体育人文社会学博士生导师、江西财经大学公共经济与管理博士生导师。美国哥伦比亚大学(2012, 9 - 2013, 9)访问学者。教育部新世纪优秀人才支持计划入选者、江西省高校哲学社会科学领军人才、江西省首届中青年哲学社会科学专家。中国体育发展战略研究会会员、中国社会学会体育社会学分会副会长、国家社会科学基金评委、CCTV体坛风云人物推委及总评委。研究领域为奥林匹克与国际体育、体育政策国际比较等。

书籍目录

绪论

一、美国职业体育的关系管理及其对中国的启示

二、北京奥运会中国体育代表团的形象塑造

三、中国体育的形象传播与媒体公关

第一章 体育组织出版物

第一节 体育组织出版物概述

第二节 体育组织出版物的公共关系

第三节 体育组织出版物的制作

第四节 中国体育组织出版物的现状和问题

第五节 美国体育组织出版物对中国的启示

第二章 体育组织的媒体活动

第一节 体育组织媒体活动概述

第二节 媒体活动对体育组织的意义和价值

第三节 体育组织的媒体活动实践

第三章 体育新闻中心的媒体应对

第一节 大型体育赛事新闻中心概述

第二节 大型体育赛事新闻中心的构成要素

第三节 大型体育赛事新闻中心的运行机制

第四节 中国大型体育赛事新闻中心媒体服务现状

第四章 大型赛事官方网站的应对

第一节 大型赛事官方网站概述

第二节 大型赛事官方网站的运行机制

第三节 中国大型赛事官方网站存在的问题与对策

第五章 MLB及其俱乐部的公共关系活动

第一节 MLB及其俱乐部概述

第二节 MLB及其俱乐部公共关系传播的演进

第三节 MLB及其俱乐部的公共关系传播理念

第四节 MLB及其俱乐部的公共关系传播框架

第五节 MLB及其俱乐部的公共关系传播实践

第六节 MLB及俱乐部的公共关系传播对中国的启示

第六章 NFL的公共关系传播

第一节 NFL及其俱乐部的公共关系传播历程

第二节 NFL及其俱乐部的公共关系传播理念

第三节 NFL及其俱乐部公共关系传播实践

第四节 NFL及其俱乐部的公共关系传播与中国

第七章 NBA及其俱乐部的公共关系传播

第一节 NBA联盟媒体关系传播发展历程

第二节 NBA联盟媒体关系传播的理念与实践

第三节 NBA30支俱乐部媒体关系传播

第八章 NHL的危机公关传播

第一节 危机传播

第二节 美国职业冰球联盟(NHL)概况

第三节 NHL 2004—2005赛季“停摆”事件危机传播个案分析

第九章 NASCAR的公共关系传播

第一节 NASCAR概述

第二节 NASCAR公共关系传播发展历程

第三节 NASCAR的公共关系理念

第四节 NASCAR公共关系的组织结构

第五节 NASCAR的公共关系实践

第六节 NASCAR公共关系对中国职业体育组织的启示

第十章 WNBA及其俱乐部的公共关系传播实践

第一节 WNBA及其俱乐部概述

第二节 WNBA及其俱乐部公共关系实践发展历程

第三节 WNBA及其俱乐部的公共关系理念

第四节 WNBA及其俱乐部公共关系实践

第五节 WNBA及其俱乐部的公共关系实践对WCBA的启示

索引

后记

《体育媒体公关：美国经验与中国健

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：www.tushu000.com