

《公关策划》

图书基本信息

书名：《公关策划》

13位ISBN编号：9787509613337

10位ISBN编号：7509613337

出版时间：2011-6-1

出版社：经济管理出版社

作者：孟繁荣 (作者), 冯丽云 (丛书主编)

页数：304

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

《公关策划》

内容概要

《公关策划》是一套从多视角来展示新世纪营销理论与实践的系列著作。它以创新的思维概括和总结了近年来国内外企业在营销实战中的成败得失，并引入当代国际最新的营销理论和管理方法，既有一定的理论深度，又有实际操作性；既有企业、行业的前沿信息，又有规范性分析。它不是抽象的理论，也不是案例的罗列，而是历史与现实、理论与实际的交汇。它将对从事营销实践的企业家、经营者、营销人员及在校学生有所帮助和启迪。

编辑推荐

《公关策划》是世纪营销实战丛书之一。

《公关策划》

作者简介

孟繁荣，河北景县人，北京化工大学经济管理学院副教授。主要研究方向为市场营销学、消费者行为学、公关策划、广告策划。著有《市场营销学》、《营销心理学》（第三版）、《分销渠道管理学》、《消费者行为学》（修订版）等；翻译了《营销管理》一书；发表《从绿色革命到绿色营销》、《浅谈家电企业如何应对价格战》、《绿色营销与可持续发展战略》、《信息技术对客户关系管理的战略意义》、《医疗器械产品的知识营销》、《广告创意中情感诉求的有效运用》、《广告创意中理性诉求的有效运用》、《完美的服务才能留住顾客》、《从大学生网上开店行为看高校创业教育》等论文十余篇。多次参与北京同仁堂股份有限公司、北京双鹤药业股份有限公司、保定第一胶片厂、河南轮胎厂等企业的管理培训。

书籍目录

- 第一章 公关策划概述
 - 第一节 公关关系的含义和构成要素
 - 第二节 公关策划的含义和特征
 - 第三节 公关策划在公关活动中的地位作用
 - 第四节 公关策划原则
- 第二章 公关策划程序
 - 第一节 搜集公关信息
 - 第二节 策划公关目标
 - 第三节 分析公关对象
 - 第四节 公关策略策划
 - 第五节 公关时机策划
- 第三章 公关专题活动策划
 - 第一节 公关专题活动策划的内容
 - 第二节 公关专题活动策划的特点
 - 第三节 公关专题活动策划的要求和注意事项
 - 第四节 几种典型的公关专题策划
- 第四章 公关调查策划
 - 第一节 公关调查的意义和内容
 - 第二节 公关调查的原则和程序
- 第五章 公关广告策划
 - 第一节 公关广告的含义和重要性
 - 第二节 公关广告策划
- 第六章 公关新闻策划
 - 第一节 公关新闻策划的内容与作用
 - 第二节 新闻媒体选择策划
 - 第三节 公关新闻稿件的策划
 - 第四节 策划公关新闻报道的方法和技巧
- 第七章 公关谈判策划
 - 第一节 公关谈判的概述
 - 第二节 公关谈判的程序
 - 第三节 公关谈判技巧
- 第八章 公关促销策划
 - 第一节 公关促销策划的概述
 - 第二节 公共关系促销的方式与方法
- 第九章 危机处理的公关策划
 - 第一节 公关危机的类型和特点
 - 第二节 公关危机的预防和处理
 - 第三节 公关危机处理策划的技巧
- 第十章 公关关系策划人员
 - 第一节 公关策划人员的基本素质和能力
 - 第二节 公关策划人员的培训
- 参考文献

(二) 策划新闻界的参观访问邀请记者参观访问,是宣传组织形象的重要方式之一。新闻界的参观访问既包括新闻界的主动参观访问,也包括组织邀请新闻界的参观访问。策划新闻界的参观访问是组织有计划、有目的、定期和不定期、有一定目的和无特定目的地邀请新闻界人士参观访问的谋划和安排。它是与新闻界保持经常联系、强化新闻界对组织加深了解的一种技巧与艺术。在西方,政治家们经常邀请记者共进午餐,以加深了解,有利宣传。许多企业也常邀请记者随团出国考察或举办产品展览会。

前几年,在上海报纸上刊出一则新闻:“正广和”汽水瓶中,竟然有一只死老鼠。这突如其来的传闻使“正广和”陷入危机。面对这一情况,上海汽水厂主动出击,请记者们进一步报道“老鼠钻进汽水瓶里”这一事件。该厂邀请新闻记者们参观了汽水生产的所有工艺路线,向记者们介绍该产品所采用的高新技术。事实完全令记者们信服--老鼠不可能在生产过程中钻入汽水瓶,只能是顾客打开瓶盖后钻入的。第三天,报纸即在醒目位置报道了记者们在上海汽水厂的所见所闻。通过这一新闻事件,“正广和”不仅消除了顾客的疑虑,还趁机宣传了企业的先进工艺和产品的优良品质,进一步扩大了“正广和”的影响力。

1.新闻界参观访问的作用 策划好新闻界的参观访问的作用体现在以下三个方面:

(1) 通过组织新闻界的参观访问,使新闻界更好地了解组织的概貌,知晓组织的目的、宗旨、计划和企业精神,在组织与新闻界之间事前形成一种相互了解、相互沟通的前提,不致出现“平时不烧香、临时抱佛脚”的被动局面,即使是对突发事件的报道,新闻界也能更客观更公正地加以报道和评论。上述“正广和”的事件刚好验证了这一原则。

(2) 参观访问还可以触发新闻界人士的新闻灵感。使组织所具有的新闻“资源”得到最充分的发掘。新闻界人士具有新闻敏感的职业特点,他们对事物信息往往独具慧眼,组织新闻界人士实地参观访问,不但可以使新闻界工作者对组织的生产、经营、管理、销售、服务等情况增加感性认识,为他们报道本组织获得第一手资料,而且可以通过亲切诚恳的接待,使新闻界人士产生对组织的亲近心理,激发其新闻的灵感,产生报道的冲动,从而自然地撰文报道应邀访问的消息及有关生产、经营的情况及参观访问的感受与感想。

《公关策划》

精彩短评

- 1、没有学过管理，没有中层及中层以上工作经验者，对公关完全一无所知者，可以稍微看一看，内容体系还比较完整，但专业性一般，深度一般，凑合看。能借到就不要买。
- 2、很不错的书哦！推荐大家看看
- 3、这本书也不错 发货速度快 所以一直选择在当当买书
- 4、看了下目录比较入门
- 5、内容可以，案例如果多一点的话会更好
- 6、没什么好说的。。。
- 7、页面太薄，无质感
- 8、书大概翻了下，对于我这个初学者来说完全够用的，也很喜欢
- 9、大概上可以了解一点，但具体策划步骤没有
- 10、结合工作的一方面，加上这些书中的指导，会有所受益的。
- 11、适合中初学者
- 12、没看。 ，。 ，
- 13、了解一些关于公共关系的知识
- 14、公关策划绝对的无处不在、专心拜读一定会受益匪浅的啦 再添一句，这本书的作者是我的老师哦哈哈 好幸运
- 15、千万别买，质量不好
- 16、买了看了点，有点深奥看不下去，案例有点老，感觉更适合新闻策划方面的，先留着吧。和预期的效果有点大。只能成文存货了。
- 17、内容 还不错 只是很像教科书 有点打击我兴致
- 18、还没看，不过书不错。
- 19、哎，其中一本书买重复了，真是悲哀！

《公关策划》

精彩书评

1、对于这本书，首先要先了解基本概念公关策划的核心，就是解决以下三个问题：一是如何寻求传播沟通的内容和公众易于接受的方式；二是如何提高传播沟通的效能；三是如何完备公关工作体系。所以对于新手，关于公共策划行业内幕足矣了另外我在策划库www.cehuaku.com上面也提到，更多的还需要自己摸索！

《公关策划》

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