

# 《生态公关》

## 图书基本信息

书名：《生态公关》

13位ISBN编号：9787301204627

10位ISBN编号：7301204620

出版时间：2012-5

出版社：北京大学出版社

作者：吴贤军 编

页数：288

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](http://www.tushu000.com)

# 《生态公关》

## 内容概要

《生态公关》精选了最新的以生态作为传导介质或传播主旨的实务案例，涵盖了企业、媒体、政府、环保机构等多种公关主体，涉及了生态议题管理、生态污染、生态媒介、生态合作等多种公关活动的技巧和形式，重点关注了发生在以化工、核安全、矿产、城市环保、资源循环、能源等行业的公关事件。

# 《生态公关》

## 书籍目录

第一篇 高污染企业——履行社会责任的领导者——伟创力集团第二篇 综合性国际组织的生态公关——生态理念的引入和传播第三篇 专门性国际组织的生态公关——对世界气象日主题的思考第四篇 组织合作通力解决生态问题——气候变化和渔业捕捞致加拉帕戈斯群岛面临浩劫第五篇 十几年如一日，唯一不变的是追求——“自然之友”环保公关行动第六篇 环保无国界，地球本一家——世界自然基金会的一系列环保公关行动第七篇 “地球一小时”全球行动——为了人类共同的家园第八篇 环境保护——企业的社会责任——一汽丰田主动承担环境保护的社会责任第九篇 运用环保理念 正确处理企业与社区的关系——新创建集团：幼儿绿校网第十篇 环保先行——增强企业的竞争力——英特尔环保科技进社区第十一篇 绿色环保，理念先行——蒙牛：让牛奶与绿色有约第十二篇 绿色环保，“危”可为“机”——普利司通“绿”装突围第十三篇 绿色环保——亡羊补牢，未为晚矣——“2009寻源千岛湖”第十四篇 新媒体环保绿色之旅——人民网环保频道的环保妙用第十五篇 利用新媒体各显环保神通——从“夏至关灯”活动说起第十六篇 绿色“有你”更精彩——民间环保使者田桂荣第十七篇 绿色生态——政府之先见——果洛自治州“生态保护宣传”活动第十八篇 企业以生态为媒介树公众形象——伊利集团绿色经济发展之路第十九篇 文明生态塑经典文化——中国首届绿色运动会第二十篇 积极预防 及时控制 以人为本 努力善后——以1986年切尔诺贝利核电站大爆炸为例第二十一篇 政府生态危机公关——《京都议定书》

# 《生态公关》

## 编辑推荐

《生态公关》所着眼的生态公关又称绿色公关、环境传播或环境公关。它是一个国际公关界已有的概念，反映了在各国公众环境意识逐渐提高、环保运动不断增强的背景下，公关主体为符合客体的价值观念，而使自身活动的价值目标与公众相一致的公关行为。

# 《生态公关》

## 精彩短评

1、提供了很丰富的生态公关的案例，观点并不新颖独特，对危机处理有帮助，比较有价值的是提到危机来临时，转移公众注意力的公关策略。

# 《生态公关》

## 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](http://www.tushu000.com)