

<<建筑企业实用公共关系艺术>>

图书基本信息

书名：<<建筑企业实用公共关系艺术>>

13位ISBN编号：9787113019952

10位ISBN编号：7113019951

出版时间：1995-12

出版时间：中国铁道出版社

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>

<<建筑企业实用公共关系艺术>>

内容概要

内容简介

公关艺术并非人人皆精，然叩门之始亦非深不可及，阅过本书，恰得金钥一把，焉能不得其要领，岂有不获真谛之虑。

本书就建筑企业之

规律，详述其公关艺术、公关组织、公关人员素质、公关实务等，独具特色。

再则，本书语言精炼且通俗易懂，穿插实证均可以借鉴，集理论性、实用性、可读性于其中，实为公关及各类管理人员值得一读的好书。

<<建筑企业实用公共关系艺术>>

书籍目录

目录

第一编 建筑企业公共关系的特殊规律性

第一章 什么是公共关系

- 一、见仁见智话定义
- 二、公共关系三要素：组织、公众与传媒
- 三、公共关系的基本作用和方法

第二章 现代公共关系的产生和发展

- 一、政治民主的发展促使现代公共关系的产生
- 二、缓和劳资矛盾，使公共关系得到发展
- 三、商品经济高速发展促使公共关系不断发展
- 四、公共关系在我国的兴起和发展
- 五、社会主义市场经济呼唤大力发展公关事业

第三章 建筑企业公共关系的特殊性

- 一、建筑企业的特点和建筑市场
- 二、建筑企业开展公共关系的特殊性

第二编 建筑企业公共关系艺术

第四章 承揽工程中的公关艺术

- 一、怎样认识建筑企业同业主的关系
- 二、在投标竞争中取得成功的公关技巧

第五章 树立企业形象的公关艺术

- 一、不忘老朋友，广交新朋友
- 二、充分利用传播媒介作用
- 三、信誉第一
- 四、热心公益，多做好事
- 五、勇于承认失误
- 六、运用CI方略

第六章 同地方政府和群众打交道的公关艺术

- 一、以诚待人
- 二、要有耐心
- 三、因地制宜
- 四、依靠地方解决问题的策略
- 五、研究政策和注重名流关系

第七章 怎样同外商合作的公关艺术

- 一、重信誉、守合同
- 二、按国际惯例行事
- 三、一丝不苟
- 四、尊重和沟通

五、相匹配的合作对手

第八章 怎样处理同竞争对手关系的公关艺术

- 一、按规则竞争
- 二、既要竞争，又要合作
- 三、扬长避短
- 四、用“一流”取胜

第九章 协调内部关系的公关艺术

- 一、协调员工关系是企业公共关系的起点

<<建筑企业实用公共关系艺术>>

- 二、掌握用人之道的艺术
- 三、意见沟通的方法
- 四、解决冲突的艺术
- 五、服务前方与稳定后方
- 六、利益兼顾的原则
- 七、建设企业文化增强内聚力
- 第三编 建筑企业公关组织和公共关系人员素质
- 第十章 公共关系的组织建设
 - 一、公共关系组织机构的类型
 - 二、建筑企业设立公关部的必要性
 - 三、建筑企业公关组织模式选择
- 第十一章 公共关系人员的素质
 - 一、公关人员的素质和能力要求
 - 二、公共关系人员的工作职责和内容
 - 三、公共关系人员的活动原则
- 第十二章 公共关系人员的选拔和培养
 - 一、选拔公共关系人员的基本原则
 - 二、培养公共关系人员的基本途径
- 第四编 建筑企业公共关系实务
- 第十三章 会务的策划
 - 一、怎样举行记者招待会
 - 二、怎样组织庆典活动
 - 三、怎样组织参观
 - 四、怎样进行联谊活动
 - 五、怎样写演讲辞
- 第十四章 怎样接待
 - 一、办公室接待
 - 二、宴会的安排
 - 三、接待室的布置
 - 四、接待工作的礼仪
- 第十五章 谈判的技巧
 - 一、谈判的一般程序
 - 二、谈判的技巧
 - 三、谈判中应注意的事项
- 第十六章 公共关系宣传
 - 一、怎样制定宣传战略
 - 二、宣传策略的选用
 - 三、如何选择宣传媒介
- 第十七章 赞助活动
 - 一、为什么要开展赞助活动
 - 二、赞助的对象和实施方式
 - 三、赞助的决策
 - 四、公关赞助的实施
- 第十八章 公共关系策划
 - 一、公共关系策划的含义和特征
 - 二、公共关系策划的基本原则
 - 三、公共关系策划的工作程序

<<建筑企业实用公共关系艺术>>

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>