

<<现代公共关系理论与实务>>

图书基本信息

书名：<<现代公共关系理论与实务>>

13位ISBN编号：9787213044564

10位ISBN编号：7213044567

出版时间：2011-02-01

出版时间：浙江人民

作者：李欣//陈晓阳

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>

书籍目录

上篇 现代公共关系理论 第一章 绪论 第一节 引言 第二节 公共关系的定义 第三节 公共关系的要素与原则 第四节 公共关系的历史 第五节 公共关系的职能 第二章 公共关系的主体——社会组织 第一节 社会组织概述 第二节 公共关系的组织机构 第三节 公共关系从业人员 第三章 公共关系的客体辨析——公众 第一节 公众概述 第二节 公众的分类与选择 第三节 内外公众关系分析 第四章 公共关系的运行方式——传播 第一节 公共关系传播概述 第二节 公共关系传播媒介 第三节 公共关系传播的原则与规律 第五章 公共关系的工作程序 第一节 公共关系调研 第二节 公共关系计划 第三节 公共关系计划的实施 第四节 公共关系效果评估 第六章 公共关系的专题活动 第一节 公共关系专题活动工作 第二节 公共关系专题活动的要求和原则 第三节 公共关系专题活动的组织与实施 第七章 公共关系策划 第一节 公共关系策划概述 第二节 公共关系策划的主要内容 第三节 公共关系策划的创造性思维与方法 第八章 组织形象与CIS战略 第一节 组织形象概述 第二节 塑造组织形象的CIS战略 第三节 CIS战略的构成 第四节 CIS战略导入 第九章 公共关系礼仪 第一节 公共关系礼仪概述 第二节 公共关系日常交往中的礼仪 第三节 公共关系特殊交往中的礼仪 第十章 公共关系与市场营销 第一节 市场营销概述 第二节 公共关系与市场营销的关系和作用 第三节 公关营销 第四节 公关营销的现状与未来 下篇 现代公共关系实务 第十一章 创意产业公关传播的内容、方法和策略 第一节 创意产业公关传播的内容 第二节 创意产业公关传播的方法 第三节 创意产业公关传播的案例分析 第四节 基于案例的创意产业公关传播策略分析 第十二章 财经公关传播的内容、方法和策略 第一节 财经公关传播的内容 第二节 财经公关传播的方法 第三节 财经公关传播的案例分析 第四节 基于案例的财经公关传播策略分析 第十三章 体育公关传播的内容、方法和策略 第一节 体育公关传播的内容 第二节 体育公关传播的方法 第三节 体育公关传播的案例分析 第四节 基于案例的体育公关传播策略分析 第十四章 危机公关传播的内容、方法和策略 第一节 危机公关传播的内容 第二节 危机公关传播的方法 第三节 危机公关传播的案例分析 第四节 基于案例的危机公关传播策略分析 第十五章 房地产公关传播的内容、方法和策略 第一节 房地产公关传播的内容 第二节 房地产公关传播的方法 第三节 房地产公关传播的案例分析 第四节 基于案例的房地产公关传播策略分析 第十六章 城市公关传播的内容、方法和策略 第一节 城市公关传播的内容 第二节 城市公关传播的方法 第三节 城市公关传播的案例分析 第四节 基于案例的城市公关传播策略分析 第十七章 旅游公关传播的内容、方法和策略 第一节 旅游公关传播的内容 第二节 旅游公关传播的方法 第三节 旅游公关传播的案例分析 第四节 基于案例的旅游公关传播策略分析 第十八章 会展公关传播的内容、方法和策略 第一节 会展公关传播的内容 第二节 会展公关传播的方法 第三节 会展公关传播的案例分析 第四节 基于案例的会展公关传播策略分析 第十九章 政府公关传播的内容、方法和策略 第一节 政府公关传播的内容 第二节 政府公关传播的方法 第三节 政府公关传播的案例分析 第四节 基于案例的政府公关传播策略分析 第二十章 网上公关传播的内容、方法和策略 第一节 网上公关传播的内容 第二节 网上公关传播的方法 第三节 网上公关传播的案例分析 第四节 基于案例的网上公关传播策略分析 第二十一章 校园公关传播的内容、方法及策略 第一节 校园公关传播策划的内容 第二节 校园公关传播策划的方法 第三节 校园公关传播策划的案例分析 第四节 基于案例的校园公关传播策略分析 第二十二章 医疗公关传播的内容、方法和策略 第一节 医疗公关传播的内容 第二节 医疗公关传播的方法 第三节 医疗公关传播的案例分析 第四节 基于案例的医疗公关传播策略分析 第二十三章 新农村建设公关传播的内容、方法和策略 第一节 新农村建设公关传播的内容 第二节 新农村建设公关传播的方法 第三节 新农村建设公关传播的案例分析 第四节 基于案例的新农村公关传播策略分析 第二十四章 企业招聘公关传播的内容、方法和策略 第一节 企业招聘公关传播的内容 第二节 企业招聘公关传播模式的特点 第三节 企业招聘公关传播的方法 第四节 企业招聘公关传播的案例分析 第五节 基于案例的企业招聘公关传播策略分析 附录：建立基于社会责任的企业文化——基于浙江省企业社会责任的调研报告主要参考文献

<<现代公共关系理论与实务>>

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>