

<<公关造势与技巧>>

图书基本信息

书名：<<公关造势与技巧>>

13位ISBN编号：9787300065885

10位ISBN编号：7300065880

出版时间：2005-6

出版时间：中国人民大学

作者：[美]弗兰·R.迈特

页数：358

字数：440000

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>

<<公关造势与技巧>>

内容概要

本书展望了公共关系在21世纪中将发挥的重要作用，并着重论述了新技术采用，公关活动趋势和公关功能全球化等该领域当前最关注的问题。

全书编写糅合了营销、公关、广告、管理和技术等多方面的内容，在开阔的视野中探讨公共关系。此外，书中包含了大量的课堂教学材料，每章都安排了本章概要、目标与总结、专家评论、课后阅读材料，名词解释以及思考讨论题等内容，非常适合教学使用。

<<公关造势与技巧>>

作者简介

弗兰·R·迈特拉，从美国迈阿密大学获得教育管理博士学位，曾先后任教于美国佛罗里达国际大学和迈阿密大学，并于1989年成为亚利桑那州州立大学沃特克朗凯学院专职教授，讲授公共关系写作、广播与电视传媒写作、新闻写作和传媒职业道德等课程。
此外她还身兼美国公共关

<<公关造势与技巧>>

书籍目录

作者序前言第1章 世纪的公共关系 全球环境 大众传媒环境 公共关系的演变与发展 总结 思考题 阅读材料 名词解释第2章 公共关系与新技术 信息时代 电脑时代 个人电脑时代 公共关系与电子传媒 公关人员：对技术的采用 总结 思考题 阅读材料 名词解释第3章 道德准则与合法性问题 基本道德原则 古今思想家的道德主张 道德决策模型 关于合法性的问题 公布与宣传 总结 思考题 阅读材料第4章 公关造势活动的组成部分 一切从研究开始（又以研究结束） 策划过程 目标与项目目标 组建活动班子 活动程序和讯息策划 制作预算 对公关活动进行评估 总结 思考题 阅读材料 名词解释第5章 研究与理论 知识的来源 定量研究与定性研究 公共关系研究 公共关系理论和模式 传播理论 劝说活动 动机 公关从业人员对研究的使用 总结 思考题 阅读材料 名词解释第6章 战略计划的制定 企业环境 战略计划 远期计划 权力和影响 制作预算 战略公关计划 目标受众 总结 思考题 阅读材料 名词解释第7章 确立公关目的并进行策划 确定有必要开展公关活动 策划公关活动的多个步骤 总结 思考题 阅读材料 名词解释第8章 内部实施与外部实施 内部受众的种类 外部受众的种类 受众如何影响战略和技术 总结 思考题 阅读材料第9章 产品公关造势活动 公共关系与市场营销结为伙伴关系 营销世界中的公共关系 新产品亮相与现有产品的维护和成长 产品营销活动引发的特殊考虑 总结 思考题 阅读材料 名词解释第10章 争端管理活动 作为公关功能的争端管理 一个问题在何时成为争端 争端管理活动 争端管理经理可用的传播具 对付活动团体 总结 思考题 阅读材料 名词解释第11章 信息宣传活动 能留下深刻记忆的东西真的管用吗 设定参数 由企业资助的信息造势活动 反击行动 总结 思考题 阅读材料第12章 特别事件公关活动 特别事件的种类 包含了募捐活动的特别事件 特别事件的策划过程 制定应急计划 特别事件及其赞助人 总结 思考题 阅读材料 名词解释第13章 危机公关 定义危机 监测环境 确认危机 隔离危机影响 应对突发事件的策划 危机的主题 总体策划 应对危机的策划过程 风险传播、反恐活动和声誉管理 总结 思考题 阅读材料 名词解释第14章 跨越国界与文化的现实世界 费迪南德的谬误 公共关系的高速增长 相对薄弱的基础 美国公司的赚钱之道 文化，文化，还是文化 赢得奥运会 赢得文字报道 赢得度假客 低度语境文化与高度语境文化 总结 思考题 阅读材料第15章 对公关活动的分析与测量 测量的作用 虚假评估 评估模式 公关项目评估的基本点 总结 思考题 阅读材料参考文献索引译后记

<<公关造势与技巧>>

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>