

<<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

出版时间：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，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.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》紧扣现实，视角独特，体现了特定的公关理念，具有较强的启示价值，不仅可供各类公共关系从业人员参考，而且可作为高校、培训机构和各类企事业单位的公关策划培训教材。

## &lt;&lt;生态公关&gt;&gt;

## 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。

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>