

<<体育公关案例评析>>

图书基本信息

书名：<<体育公关案例评析>>

13位ISBN编号：9787308073912

10位ISBN编号：7308073912

出版时间：2010-3

出版时间：浙江大学出版社

作者：易剑东 编

页数：272

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>

<<体育公关案例评析>>

前言

公共关系虽然与市场营销、广告、传播、管理等纠结在一起，但当下中国的经济和教育领域中，公共关系的显性程度和火爆程度似乎是最底的。

市场上叫广告公司、文化传播公司、营销公司的企业显然多于叫公关公司的企业，虽然前者也做一些公共关系业务。

在高等教育体系中，开设市场营销专业的高校超过1000所，办广告学和新闻传播学、管理学类专业的院校至少有几百所。

然而，目前我国普通高校中开设公共关系本科专业的院校不超过20所，虽然开设公共关系课程的高校也很多。

美国学者阿尔·里斯和劳拉·里斯（Al Ries & Laura Ries）的著作The Fall of Advertising and the Rise Of PR在国内有两种译法：广告的衰落和公关的崛起；公关第一，广告第二。

无论哪一种译法，都昭示一个重要的观念和事实：公共关系在市场营销体系中的地位并不逊色于广告，甚至已经超越了广告。

但为什么中国公共关系的发展，尤其是公共关系教育的发展如此的微弱甚至遮遮掩掩呢？

2008年10月18日，在北京举行的一次“大众传媒与国家形象”的学术研讨会让我对这个问题有了答案，因为我在这次会议中认识了一批多年从事公共关系教育和研究的专家。

教育部一直把公共关系学这个专业“固定”在管理学门类的公共管理类，而恰恰目前中国从事公共关系教学和研究的的人员多数来自新闻传播学领域，美国的情况也大体如此。

这样就可能产生一个问题：新闻传播学的教学单位要经过公共管理类专家的审核才能获得开设公共关系学专业的资格。

<<体育公关案例评析>>

内容概要

本书旨在为这个行业的从业者和有志进入该行业的学子提供一个参考与借鉴，同时为体育公共关系和公共关系的研究者提供一点研究素材，增进他们对体育公共关系实践特点的理解和认识。书中这些案例是从网络、书籍、杂志等途径搜集素材，对素材的典型性和科学性进行甄别和筛选，对案例的事实进行重新编撰，对案例进行点评。

全书分为公共关系主体、公共关系客体、公共关系程序等四个部分进行了介绍。

<<体育公关案例评析>>

书籍目录

前言：公共关系教育的价值第一部分 公共关系主体 跨越荆棘 百年梦圆——北京成功申奥公关功不可没 新英格兰爱国者队的公共关系传播 走近排球 走近中国女排——中国女排的新形象塑造 北京奥运会会徽推广中的公关活动 2008全美花样滑冰锦标赛赛事推广第二部分 公共关系客体 2007年上海夏季特殊奥林匹克运动会的社区公关 媒体至上 服务第一——MLB的媒体公关 第22届中国国际体育用品博览会新闻发布会 2006年第五届环青海湖国际公路自行车赛的媒体公关 2005年中国天津“塘沽杯”国际大学生龙舟邀请赛的赛事赞助 耐克高中联赛推广中的媒体活动 Wolf Blass红酒网球公关 吉百利史威士运动饮料“Accelerade”公关 2006年都灵冬奥会三星的公关活动 喜力啤酒欧洲冠军杯营销公关第三部分 公共关系程序 全民健身 蒙牛先行——蒙牛“城市之间”策划 校园足球赛策划案 Travelers高尔夫公关 老品牌焕发新活力——Rawlings的棒球公关 2002年上海网球大师杯赛案例 TCL高尔夫比赛策划案 网球桂冠 中国打造——中国网球公开赛传播项目 “奥运史上首个艾滋火炬手”公关策划案 2008中国黄山国际山地车节公关策划案 “净界”的公关境界——海尔奥运产品“净界”系列洗衣机上市发布方案 《今晚报》打出体育公关牌第四部分 公共关系手段 新形象 新气象——北京国安足球俱乐部新形象策划 有点甜与体育结缘——农夫山泉的体育营销公关 红牛NBA大篷车灌篮挑战赛 NHL“停摆”事件的危机公关 盐湖城风波——国际奥委会对“盐湖城申办丑闻”的危机处理 “徒告师事件”中火车头体协失败的危机管理 “安利钙镁片兴奋剂”危机公关传播 “腐败案”引发波兰足球危机 纽约尼克斯队的声誉管理 2005年上海大师杯退赛事件危机公关 NBA劳资纠纷事件的公关较量 广东凤铝篮球俱乐部退赛风波后的公关力量 耐克争议广告引发的公关危机 体育明星的危机公关系列——公关的六字要义 NBA赛场斗殴事件的形象危机 索普兴奋剂事件的公关行动 刘翔意外退赛与企业的危机公关管理 意大利电话门事件参考文献后记

<<体育公关案例评析>>

章节摘录

插图：4.致力于慈善事业爱国者俱乐部一直致力于慈善事业，回馈社区的信仰使其受到了一致好评。特别是1994年新的总裁卡夫上任后，一系列的赞助活动以及慈善基金会的建立获得了公众的高度评价。

在过去30年中，球队总裁卡夫家族成为新英格兰地区最慷慨的家族之一，他们向当地的慈善和民事组织捐助了数千万美元的资金。

2004年，卡夫家族在波士顿的年度传统体育活动中获得了终身成就奖。

他们还被波士顿当地的杂志评选为波士顿最具实力的家族。

罗伯特还在Dana-Farber癌症机构任职，他在该机构内创建了家族血液捐献中心。

他是母校哥伦比亚大学的董事之一。

除此以外，罗伯特·卡夫还在众多机构担任董事会董事，其中包括波士顿交响乐团监察委员会，并获得了众多英格兰大学的荣誉学位。

2004年，他在南卡罗莱纳州普洛威顿斯的大学发表了开学演讲。

三、项目评估通过行之有效的公共关系传播策略，新英格兰爱国者队从一个收入很少的俱乐部发展成为最富有的俱乐部之一；爱国者队在理念上强调团队精神，“我们是一个整体”的理念也有效地传达给了观众。

媒体手册从制作、内容选择、发放至媒体等各种细节上都体现了为媒体服务的宗旨。

记者总是选择那些易于搜索到的具有新闻价值的信息进行报道。

《爱国者俱乐部》这种不但利于媒体携带，而且内容翔实利于媒体查询的媒体手册，使俱乐部有更多机会获得媒体报道，从而影响更多公众。

正是由于爱国者俱乐部现有的公共关系传播理念，成功进行具体的公关实践活动，使其成为职业球队的成功典范，并在2005年被《福布斯》杂志评为“最佳运动队伍”。

<<体育公关案例评析>>

后记

在带着我的学生们翻译完成美国第一本专门的体育公关著作《体育公共关系——组织传播管理》（辽宁科技出版社2008年10月出版）以后，我始终无法潇洒地和公共关系说再见。

当公共关系本科以上层次的教育在中国尚属于一个规模有限、影响不大的领域时，我始终认为：体育公共关系教育或许可以闯出一条新路。

我们可以在这个领域做一些更有意义和价值的事情。

在我看来，社会上存在着对于公共关系行业的成见和偏见，这是我国公共关系教育发展不快的重要原因。

而在如火如荼的体育公共关系领域，阻碍公共关系行业和教育发展的因素应该会少一些。

近年来，把“体育组织媒体公关和体育赛事媒体服务”作为主要研究对象的我须臾不敢忘记推进中国体育公共关系教育的使命。

因为我深知：在很多时候，我们去把事情做出来、做好了，一些阻碍我们事业发展的观念会自动消除和自然消失。

自从2006年在北京体育大学倡导开设“体育媒体公关实验班”以来，我就很想为这个班的同学编写几本实效性和针对性强的教材，但由于各种各样的原因一直耽搁下来。

如今，这个班已经有两届毕业生了，中国体育公共关系的发展环境也变得越来越理想了，公共关系行业和体育院校对于这样一本教材的需求也强烈起来了。

于是，在2008年底，我组织北京体育大学的陆帅、孙科、王永顺3名硕士生开始了这项虽说不上艰辛然而也不算容易的工程。

我们搜集整理了近50个体育公共关系案例。

这些案例的编撰过程是：从网络、书籍、杂志等途径搜集素材，对素材的典型性和科学性进行甄别和筛选，对案例的事实进行重新编撰，对案例进行点评。

<<体育公关案例评析>>

编辑推荐

《体育公关案例评析》：传媒实务丛书。

<<体育公关案例评析>>

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>