

<<怎样应对大众传媒>>

图书基本信息

书名：<<怎样应对大众传媒>>

13位ISBN编号：9787309019063

10位ISBN编号：7309019067

出版时间：1997-11

出版时间：复旦大学出版社

作者：(日)LEC.东京法思株式会社

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>

<<怎样应对大众传媒>>

内容概要

内容提要

本书系《走向规范：市场经济经营管理技法》丛书中的一种。

全书以大众传媒与公共关系为主题，从传媒公关的实践、应对传媒采访的实践、传媒人际关系网络的形成、接触和应对记者俱乐部的方法、紧急时刻的传媒对策五个方面，逐次论述了记者会见和新闻发布会的方法、记者恳谈会的方法、传媒讨论会的方法、传媒参观的方法、应对传媒采访的方法、应对错误报道的方法、与记者交往的方法、与记者俱乐部接触的方法、紧急时刻的传媒应对方法诸项实务。

内容简明扼要，操作性强。

本书适合各类公关人士及企业经营管理人员阅读、借鉴和参考。

<<怎样应对大众传媒>>

作者简介

<<怎样应对大众传媒>>

书籍目录

目录

第一章 传媒公关的实践

第一节 记者会见和新闻发布会的方法

一 记者会见的程序

二 事前的策划

三 事前的筹备

四 记者会见的实行

五 记者会见的事后处理

六 记者会见、发布会总体策划的实例

第二节 记者恳谈会的方法

一 何谓记者恳谈会

二 记者恳谈会的程序

三 恳谈会的实施计划

四 恳谈会的准备

五 恳谈会的实行

六 记者恳谈会的事后举措

第三节 传媒讨论会的方法

一 何谓传媒讨论会

二 传媒讨论会的意义

三 传媒讨论会的方法

第四节 传媒参观的方法

一 传媒参观的意义

二 工厂参观会的实施概要计划

三 传媒参观的事前准备

四 传媒参观的实行

五 工厂参观会的工作内容实例

第二章 应对传媒采访的实践

第一节 应对采访接待须知

一 传媒的应对是否很难

二 应对采访须知

三 平时和紧急时的采访应对

第二节 应对错误报道的方法

一 错误报道的实际状况

二 错误报道的对策

三 传媒方面的应对

第三章 传媒人际关系网络的形成

第一节 与记者交往的方法

一 记者欲如此与企业交往

二 与记者交往的方法

第二节 共享传媒信息

一 收集记者信息

二 建立记者数据库

三 记者数据库的活用

第三节 各种媒体的特性

一 报纸

<<怎样应对大众传媒>>

二 电视

三 广播

四 杂志

第四章 接触、应对记者俱乐部的方法

第一节 记者俱乐部制度

一 何谓记者俱乐部

二 便利的记者俱乐部

三 记者俱乐部的性质和问题

第二节 与记者俱乐部接触的方法

第五章 紧急时刻的传媒对策

第一节 企业的紧急事态

第二节 紧急时刻公关对策的要点

一 内部信息体制的一元化

二 新闻发言人的职责

三 应对电视采访的思想准备

四 首脑的任务

第三节 紧急时刻应对的程序

第四节 记者会见的活用

一 紧急时刻记者会见的准备

二 紧急记者会见的要点

第五节 紧急时刻应对的再评价

第六节 产品事故

一 产品事故发生时的新闻发布

二 产品事故发生时的预想问答

<<怎样应对大众传媒>>

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>