

<<公关策划>>

图书基本信息

书名：<<公关策划>>

13位ISBN编号：9787501744305

10位ISBN编号：7501744300

出版时间：1998-7

出版时间：中国经济出版社

作者：白巍

页数：264

字数：210000

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>

<<公关策划>>

内容概要

本书不是涉及公关策划行为活动的组织、程序安排、运作方法等问题，但重点是力图突破这些外在的层面，深入到策划中难以直观看到的思维操作层面上去，因为这对于策划更有价值，更具有决定性意义。

知识经济观念的提出，使笔者更坚定了这种探索的勇气和信心。
当然这本书仅仅是这种探索幼稚的第一步。

公关活动和公关人员是分层次的。

公关策划是公关活动高层次的核心活动，是高级公关人员必须具备的素质和能力。

因为公关策划素质能力需要有一定知识结构为基础，所以这本书的读者，主要是具有大专以上文化水平的在校学生和实际工作者。

本书力求把理论讲得精粹深入一些，不一定条条项项求其全。
同时选择了一些案例让读者具体理解体会这些理论和方法。

<<公关策划>>

书籍目录

第一章 公关策划概说 第一节 公关策划的含义 第二节 公关策划的价值和意义第二章 公关策划的基本原理和基本原则 第一节 公关策划的基本原理 第二节 公关策划的基本原则 第三节 案例分析第三章 公关策划的一般程序和内容 第一节 公关策划的准备 第二节 现状分析研究 第三节 定位策划 第四节 总体方案策划 第五节 公关实施方案策划 第六节 公关策划书的写作第四章 公关策划中的思维操作 第一节 调查研究和现状分析中的思维操作方法 第二节 定位策划中的思维操作方法 第三节 创意策划中的思维操作方法第五章 公关谋略策划 第一节 公关谋略策划的条件 第二节 谋略创意的基本思路 第三节 谋略关键点的设计 第四节 公关谋略策划案例分析第六章 公关调查策划 第一节 公关调查策划的意义 第二节 公关调查策划的原则 第三节 公关调查策划的内容 第四节 公关调查策划案例分析第七章 类型公关策划 第一节 组织类公关策划 第二节 功能类公关策划第八章 公关实务活动策划 第一节 展览会策划 第二节 新闻发布会、记者招待会策划 第三节 谈判策划 第四节 赞助活动策划 第五节 自办报刊策划 第六节 广告策划 第七节 庆典活动策划 第八节 座谈会策划

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>