

<<战略化公共关系>>

图书基本信息

书名：<<战略化公共关系>>

13位ISBN编号：9787509203798

10位ISBN编号：7509203791

出版时间：2008-7

出版时间：中国市场出版社

作者：桑德拉·奥利弗

页数：188

译者：李志宏

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>

<<战略化公共关系>>

内容概要

本书的目的是帮助读者从整体战略的高度去认识和思考公共关系问题。为此，它不仅考虑到了从业人员对实战技巧和工具的需求，同时也介绍了从与公共关系密切相关的很多管理学科中借鉴而来的理论知识。

<<战略化公共关系>>

书籍目录

序：转型中的公共关系
引言：公共关系是一种战略行动
1. 不“只”是关系：管理背景下的公共关系
战略 从职能到战略 什么是战略 网络三角形 定义 主要公众 沟通整合 语义问题 公共关系
实践 反馈 公共关系理论 权力控制与公共关系 公共关系与组织文化 公共关系研究 本章小结
案例研究：巴西阿波罗奥斯运输公司
2. 董事会的席位：公共关系战略的职业角色 前瞻式管理 战略
管理模型与公共关系 常规公共关系管理与非常规公共关系。
旨理 视觉识别 绩效评估 跨界者 前景规划 有形资本和无形资产 联盟的挑战 伦理道德 墨西哥宣言
从消极到积极 本章小结 案例研究：澳大利亚Suncorp-Metway银行
3. “名人”的社会的形象：整合沟通与公共关系战略 形象 识别 声誉 本章小结 案例研究：Kraft Jacobs Suchatd罗马尼亚分公司
4. 让员工做你的沟通大使：人力资源与公共关系战略
5. 超越“顾客就是上帝”：市场营销与公共关系战略
6. 时间、智慧与创造力：多媒体背景下的公共关系战略

<<战略化公共关系>>

章节摘录

1. 不“只”是关系：管理背景下的公共关系战略 从职能到战略 1994年，英国公共关系协会（IPR）在所有协会会员中间进行了一次德尔菲调查。

调查要求各个会员（既有专家学者也有从业人员）提出自己认为进行公共关系研究必须具备的前提条件。

调查结果显示，大多数成员认为，首要条件是确定公共关系的测量和评估标准，其次则是准确定义“公共关系”（PR）这个术语的含义。

对于任何一门正处于发展过程中的学科而言，可靠而有效的研究都是它走向成熟的必经之路。

但定义的问题如果还没有解决，那么理论、模型、技巧和战略就只能停留在抽象概念的层面。

不过，定义一个术语确实是一件极其困难的事情。

难道不是吗？

谁能够用一个简单的语句清晰地概括出所有类型的会计或法律工作的本质特征呢？

现在许多企业在为重组后的公共关系和公共事务部门命名时，开始更多地使用沟通管理一词，而不是原来的公共关系。

之所以会出现这种情况，是因为公共关系这个术语和管理一样，人们可能更多的是在有问题发生的时候才能真正体会到它的确切含义。

而不是一切正常的时候！

对于公共关系的职能。

以及在组织中实现这些职能所需要的各种技巧，从业人员一般都了如指掌。

本章将要讨论的则是公共关系的战略问题，即公共关系如何通过所有利益相关者的沟通影响企业的经营战略。

不过，在开始讨论这个话题之前，我们有必要先定义一下什么是战略。

什么是战略

<<战略化公共关系>>

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>