

<<公关实务操作艺术>>

图书基本信息

书名：<<公关实务操作艺术>>

13位ISBN编号：9787801371485

10位ISBN编号：7801371488

出版时间：1998-1

出版时间：军事科学出版社

作者：鲍日新 编著

页数：250

字数：206000

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>

<<公关实务操作艺术>>

内容概要

《周末文化生活丛书：公关实务操作艺术》从实践的角度向读者展示了公关塑造形象之功能，从操作层次上，艺术性地再现了公关的塑形魅力。
全书既有战略上的奇异构思，也有细微之处的点睛妙笔。
内容丰富，资料翔实，文笔流畅，具有极强的操作性和实用性。

<<公关实务操作艺术>>

作者简介

鲍日新，1957年8月1日生，蒙族，河北省隆化县人。
现为河北省青年管理干部学院副教授，河北省国际国内公关学术委员会委员、河北省公关协会常务理事、石家庄市形象建设委员会委员。
与他人合作主编《现代社交礼仪》一书，并在国家级及省级刊物上发表学术论文三十余篇。
信奉的格言：“知识就是力量”。

<<公关实务操作艺术>>

书籍目录

序

引言

第一篇 公关活动的“先锋官”——公关调查篇

一、公共关系调查的内容及程序

(一) 公关调查的内容

(二) 公关调查的基本程序

二、公共关系调查的技术方法与操作技巧

(一) 抽样调查

(二) 访问调查

(三) 问卷调查

(四) 其他类型的调查

三、公关调查报告的撰写

第二篇 公关实务的“灵魂”——公关策划篇

一、公关策划的涵义与范畴

(一) 公关策划的涵义

(二) 公关策划的范畴

二、公关策划的程序设计与推行方法

(一) 确定策划目标

(二) 落实策划人员

(三) 择定策划方式

(四) 写出策划方案

(五) 专家督导实施

(六) 效果评估反馈

三、公关策划的管理技术

(一) 编制策划预算

(二) 签订策划协议

(三) 组织策划会议

四、公关战略策划

(一) 企业组织形象的定位战略与组织形象塑造

(二) 企业组织形象塑造的CIS战略与设计

(三) 行政组织形象的定位战略与组织形象塑造

五、公关广告策划

(一) 公关广告策划的宗旨

(二) 公关广告策划的内容

(三) 公关广告策划的技巧

第三篇 组织形象的“外包装”——公关礼仪篇

一、公关礼仪的涵义、特点及作用

(一) 公关礼仪的涵义

(二) 公关礼仪的特点

(三) 公关礼仪的作用

二、组织成员应具备的基本礼仪素质

(一) 仪表仪态优美大方

(二) 服饰装扮雅致庄重

(三) 礼仪动作规范到位

(四) 礼仪言谈得体适度

<<公关实务操作艺术>>

三、公务交际礼仪

- (一) 办公室接待严肃认真
- (二) 礼仪仪式遵规守章
- (三) 日常交际礼仪有方

第四篇 公关宣传的“大拼盘”——公关专题活动篇

一、公关专题活动的涵义、范畴及特点

- (一) 公关专题活动的涵义
- (二) 公关专题活动的范畴
- (三) 公关专题活动的特点

二、开幕(开工)典礼

- (一) 开幕(开工)典礼的类型
- (二) 开幕(开工)典礼的主要环节与注意事项

三、参观游览

- (一) 参观游览的类型
- (二) 参观游览的主要环节与注意事项

四、股东年会

- (一) 股东年会的特点
- (二) 股东年会的主要组织环节

五、社会公益活动

- (一) 社会公益活动的类型
- (二) 社会公益活动的主要环节和注意事项

六、展览、展销会议

- (一) 展览、展销会议的特点
- (二) 展览、展销会议的类型
- (三) 展览、展销会议的主要环节与注意事项

七、新闻专访会议

- (一) 新闻专访会议的类型
- (二) 新闻专访会议的特点
- (三) 新闻专访会议的主要环节与注意事项

第五篇 公关实务的“阵地战”——谈判篇

一、谈判的准备

- (一) 收集信息资料
- (二) 拟定谈判方案
- (三) 择定谈判人员

二、谈判的进行

- (一) 开局
- (二) 交锋

三、谈判的结束

- (一) 让步
- (二) 成交

第六篇 信息交流的“常规武器”——公关写作篇

一、新闻文体的写作

- (一) 消息
- (二) 通讯

二、交往文体的写作

- (一) 信函
- (二) 柬贴

<<公关实务操作艺术>>

(三) 演讲稿

三、事务文书的写作

(一) 计划

(二) 总结

(三) 简报

四、经济文书的写作

(一) 经济合同

(二) 产品说明书

参考文献

后记

章节摘录

3.层次分明鞭辟入理——报告正文 正文是公关调查报告的主体和精华，它由确凿材料和典型事例组成。

这里所说的“材料”和“事例”不是简单的原封不动的现实的反映，而是对现实的适当的分类加工，并围绕主题有层次、有步骤地表达出来的。

因而调查报告的正文部分最讲究层次、条理、段落等环节。

根据公共关系调查的形式及所获内容的不同，正文部分主要有两类写法：一种是通过调查量表的统计，根据民意调查情况的分析和综合数据而写成的公共关系调查报告的正文。

一般情况下，公共关系调查报告的正文往往由不同的调查项目及项目下的不同内容构成不同段落。

各项目名称就成为段落的小标题。

段落内容就是对这些项目问题的解释和回答。

为了使说明更丰富、有力，可以选用典型材料，如“××人对某个问题选××答案，并如是说……”

具体形象生动的典型材料便于读者了解和理解抽象的观点、结论。

采用这种写法，可以在对每段落小结的基础上，再综合归纳各层次问题，既突出中心，画龙点睛，又层层推进，自然收尾。

因此，它有层次清晰，观点明确的优点，便于既分析又综合。

[例]总结民意需求调查量表，调查报告的正文可以按这样的格式写：“现将调查结果公布如下：性别构成；年龄构成；文化程度构成；职业分布；综合四项所述，该项公共关系活动的主要公众构成状况如下：……”（这是对调查对象本身基本情况调查的总结）

“对这一公共关系活动的看法：……公众来信如是说……”（这是典型材料的运用）“改进建议：……”（这是正文的最重要的部分）

还有一种是对那些采用访问、座谈、追踪等方式获得的公共关系调查材料进行回忆、复述、分析、整理而写成的公共关系调查报告的正文。

它的撰写往往根据事物发展的顺序，或列具体标题陈述问题，或按发展层次解剖过程。

它本身叙述较多，典型材料单独使用不多，或者干脆不用，或者把举例掺杂在对事件本身的叙述、分析和评论中。

这类报告多一为经验教训的分析总结报告，典型事件的追踪调查报告，专业研究中的案例解剖报告。

它比较侧重于事情的来龙去脉，由浅入深，层层分析，逐题研究，对一个特定问题的剖析轮廓清晰、结构合理。

专题调查报告多采用此种形式。

特别值得一提的是，通常正文部分由这样一个思路构成。

现状怎样（陈述）；现状的优势与劣势（分析）；优势预示的潜力和发展潜能（研究）；改变劣势的防范手段与改进措施建议；发展前景预测和憧憬（调查的要求与目的，调查报告的根本观点）。

……

<<公关实务操作艺术>>

编辑推荐

《周末文化生活丛书：公关实务操作艺术》是公关从业人员及公关爱好者的必读之作。

<<公关实务操作艺术>>

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>