

<<公关的101个误区>>

图书基本信息

书名：<<公关的101个误区>>

13位ISBN编号：9787801478122

10位ISBN编号：7801478126

出版时间：2003-3-1

出版时间：企业管理出版社

作者：麦迪

页数：308

字数：150

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>

<<公关的101个误区>>

内容概要

公关是企业发展中一门独特的管理艺术。

能够协调企业内外关系，强化企业内部的凝聚力，树立企业外部的良好形象，帮助企业参与市场的竞争与合作，创造最佳业绩。

尽管公关对企业而言是如此的重要，但要想恰当地运用它，取得预期的效果并不是一件十分容易的事。

一个不得不正视的现实是：那些大大小小的企业，包括一些世界知名的大企业，在开展公共关系活动时，都走过不少弯路，给企业造成了许多损失，甚至极大地影响了企业的生存与发展。

<<公关的101个误区>>

书籍目录

1. 企业公关可有可无2. 对公关效益没有评估3. 公关宣传有失真实4. 公关接待人员外在形象第一5. 对公关人员素质要求过高过全6. 对失实的消息急于澄清7. 公关活动抛弃了诚信原则8. 在公关中忽略了以公众利益为出发点9. 公关活动拒绝长远利益10. 公关人员在危机中, 一味坚持无可奉告11. 企业公关活动与相关政策脱钩12. 在公共关系传播中, 前后表达的理念不一致13. 召开新闻发布会, 对丑闻矢口否认14. 公关只为塑企业形象15. 对外公关被私人恩怨所干扰16. 公关传播方案重量不重质17. 公关活动与企业实际情况脱节18. 只重商业广告而轻视公共关系广告19. 以广告为筹码要求媒体刊发公关稿20. 对参展的重要性认识不够而不愿参展21. 中小企业盲目参展22. 召开没有新闻价值的新闻发布会23. 新闻发布会选择日期不当24. 忽视新闻发布会筹划与准备中的“彩排”25. 选择新闻发言人, 只重职位高低而忽视其他26. 发布会上, 公关人员不知委婉拒答27. 新闻发布会的受邀对象太广28. 贿赂、拉拢媒介记者, 试图掩盖真相29. 当利益受损时, 只为自己考虑30. 对媒体的失实报道反应失控.....

<<公关的101个误区>>

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>