

<<新媒体时代公关案例>>

图书基本信息

书名：<<新媒体时代公关案例>>

13位ISBN编号：9787801686947

10位ISBN编号：7801686942

出版时间：2012-1

出版时间：研究出版

作者：石国亮 编

页数：328

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>

<<新媒体时代公关案例>>

内容概要

在新媒体的推动下，公关理论和实践进入了繁花似锦、姹紫嫣红的时代。作者选取2010年和2011年发生的新媒体公关事件为案例，进行典型研究和深度分析，包括如何直面网络民意、微博公关、即时通讯工具公关、其他新媒体在公关中的应用、新媒体公关的滚雪球效应、新媒体与传统媒体公关效应的最大化、直面新媒体的语言艺术、新媒体时代的品牌公关和危机公关等九大方面，力图为各级领导干部和公关人员提高新媒体公关能力提供借鉴。

《新媒体时代公关案例》是第一部全面介绍和分析新媒体公关案例的著作，特色是理论、实务与案例紧密结合，体例得当、可读性强，所选案例全面典型、分析深入透彻。

不管是初次涉及公关的读者，亦或是以公关为职业的专业工作者，都能够在轻松愉快的阅读过程中获益，让你从纷乱的新媒体公关案例表象中，捕捉到新媒体公关的最本质的一面。

<<新媒体时代公关案例>>

作者简介

石国亮，首都师范大学政法学院副教授，法学博士，哲学博士后，硕士研究生导师，美国丹佛大学访问学者，南京大学服务型政府研究所特聘研究员，主持联合国开发计划署“公平发展公共治理”项目、国家社科基金特别委托项目，国家自然科学基金面上项目子课题、教育部人文社会科学研究项目以及中国博士后科学基金等各类课题十余项，出版《服务型政府》、《中国政府管理》，《国外政府管理研究丛书》等著作十多部，在《中国行政管理》、《公共行政》和《光明日报》等上发表论文百余篇，三十多篇被《新华文摘》、《中外书摘》和人大复印资料转载。

<<新媒体时代公关案例>>

书籍目录

导论

第一节 新媒体之新

- 一、新媒体是个相对的、动态的和宽泛的概念
- 二、数字化和互动性是新媒体的本质特征

第二节 新媒体与公共关系：硬币的两面

- 一、新媒体给力公关
- 二、新媒体给公共关系带来的挑战

第三节 提升领导干部和公关人员的新媒体公关能力

- 一、理解并适应新媒体的逻辑
- 二、理解并践行新媒体公关的精神
- 三、理解并传承传统媒体公关的优势
- 四、理解并坚守自己的本位

第四节 本书的写作思路、框架结构和特色

- 一、本书的写作思路和框架结构
- 二、本书的特色

第一章 直面网络民意：公关的无缝隙衔接概述

案例一 个税起征点调整是顺应网络民意之举

案例二 芜湖官员将网络当做“听取社情民意防止矛盾堆积”的好渠道

第二章 微博：更具挑战的公关利器

概述

- 案例一 广东领导干部不做网络菜鸟
- 案例二 中盐微博公关大战“谣盐”
- 案例三 新浪与时俱进开通“辟谣”微博账号
- 案例四 微博助力72小时解决“霸王危机”

第三章 即时通讯工具在公关领域的应用

概述

- 案例一 山西百万人“等地震”事件中的短信PK大战
- 案例二 飞信飞进千家万户

第四章 其他新媒体应用：公关活动的争奇斗胜

概述

- 案例一 SNS营销——奥巴马政府的“推特”公关策略
- 案例二 门户网站公关——审计署“三公经费”公布赢得掌声一片
- 案例三 新媒体中的二级传播现象——网络推手助力IPHONE公关

第五章 新媒体的综合应用：公关的叠加效应概述

.....

第六章 新媒体与传统媒体的交织：公关效应最大化

第七章 直面新媒体的语言艺术：少些空谈，多些真诚

第八章 新媒体时代的品牌公关

第九章 新媒体时代的危机公关

主要参考文献

后记

<<新媒体时代公关案例>>

章节摘录

版权页：插图：对于网络民意的回应不仅仅是要“听其言”，更重要的是要“观其行”。当网民发现上当受骗、遭受愚弄的时候，愤激之情便会油然而生，汹汹的公共舆论在新媒体技术条件下就会如病毒般急速扩展开来。

在民意进入“E时代”尤其是“Web2.0时代”的前提下，政府、组织的网络民意公关的观念、体制、方法也应该相应地进入2.0时代了。

直面网络民意的公关策略要点有：第一，树立回应意识，提高网络民意的公关应对能力和水平。

如前所述，民意不是“敌情”，相反，民意是社会的预警器，它对热点事件、敏感问题的反映和关注，眼前或许会让一些地方政府一时难堪，但从长远来说，对维护人民群众利益、推动社会进步利莫大焉。

面对网络民意实际是在进行一场即时、直播的听证会。

这要求各级政府和社会组织一定要端正对待网络民意的态度，采取合作而非对抗的态度，提高组织、领导干部运用新媒体开展网络民意工作的能力和方法。

要尊重民意，勇于承担责任，承认不足，以开诚布公的真诚态度面对网络民意，才有可能化解矛盾、澄清误解，掌握话语主动权，争取支持和理解。

通过引入大众传媒、专家观点、高层互动等权威意见领袖的声音加强舆论引导，增强民意应对的实践效果。

对于社会转型时期重复多发事件的民意发生发展规律应该强化敏感性，形成合理、科学的应对方法和策略。

对待新媒体的态度、对待网络民意的态度体现着政府、组织的媒介素养和能力。

在新媒体时代，新媒体是政府、组织与公众交流的平台，如何对待新媒体、如何对待公众，体现着媒介能力与素养，更是体现着一种态度和心态，“有平等的心态，才不会有‘替党说话还是替人民说话’的傲慢官腔；有尊重的心态，才不会有‘没时间跟你闲扯’的敷衍轻慢；有开放的心态，面对监督才能正视问题而不是列‘记者黑名单’；有坦诚的心态，遭遇批评才会反躬自省而不是‘诽谤定罪’”。

<<新媒体时代公关案例>>

编辑推荐

《新媒体时代公关案例》编辑推荐：直面新媒体的公关艺术分析。
在典型研究中把握新媒体公关艺术，案例分析是指导公关实践的最佳教材。

<<新媒体时代公关案例>>

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>