

公共关系实务



[公共关系实务_下载链接1](#)

著者:

出版者:东方出版中心

出版时间:1997-02

装帧:平装

isbn:9787806271193

内容提要

公共关系是一门艺术，公关实务则是创造这种艺术的手段。本书着重介绍公关实务的基本知识和方法技巧。全书共四篇。公关调查篇介绍公关调查的基本内容、程序和方法；公关策划篇阐述公关策划的基本要求、内容和谋略思想；公关礼仪篇论述公关活动中有关礼仪的实际知识、操作规范、讲究和忌讳；公关技巧篇概述组织、公关从业人员在公关活动中运用的各种基本技巧、策略对策和应对之招。全书内容丰富，举例生动，既有基础理论阐释，又有实用案例分析，是企事业单位管理人员、公关从业人员、公关专业师生的常备参考书。

作者介绍:

目录: 目录

第一篇 公关调查

第一章 公关调查的目的与程序

1. 公关调查的目的

2. 公关调查的程序

第二章 公关调查的基本方法

1. 公关调查方法技术体系

2. 公关调查的基本方法

第三章 组织形象调查

1. 开展组织形象调查的意义

2. 组织形象调查的内容

3. 组织形象调查的范围

4. 组织形象调查的分析与测定

第四章 公众意见调查

1. 开展公众意见调查的意义

2. 公众意见调查要符合公众的心理特点

3. 公众意见调查的范围

4. 公众意见调查的途径和方法

第五章 营销市场调查

1. 市场营销环境调查

2. 市场营销行为调查

3. 市场商情信息调查

第二篇 公关策划

第六章 策划是一门充满智慧的学问

1. 策划的科学含义

2. 公关策划的基本要求

3. 公关策划的价值和功能

第七章 公关策划中的谋略思想

1. 谋略在公关策划中的意义

2. 计谋的运筹艺术

3. 正确的策略是实现目标的保证

第八章 永恒的魅力——组织形象策划

1. 组织形象的设计与策划

2. 组织形象设计的新发展——CI计划

第九章 攻心为上——公众心理策划

1. 公众认知是心理策划的基础

2. 联络公众感情是心理策划的中介条件

3. 改变公众态度是心理策划的关键

4. 公众的合作行为是心理策划的最终结果

第十章 “制造新闻”——新闻媒介策划

1. 策划新闻事件

2. 吸引舆论注目

3. 扩大新闻效应

第十一章 促进销售——市场营销策划

1. 发挥信息传递的促销功能

2. 运用赢得顾客的促销法宝

3. 开展富有创造性的销售活动

第三篇 公关礼仪

第十二章 公关礼仪修养

1. 公关礼仪的功能

2. 公关人员的礼仪修养

第十三章 组织公关礼仪

1. 交往礼仪

- 2.公务礼仪
- 3.商务礼仪
- 4.庆典礼仪
- 第十四章 公关人员礼仪
- 1.迎送礼仪
- 2.交际礼仪
- 3.馈赠礼仪
- 4.服饰、仪容礼仪
- 5.形体礼仪
- 第十五章 公关文书礼仪
- 1.公关信函
- 2.公关专用文
- 3.公关公文
- 第十六章 公关外事礼仪
- 1.外事迎送
- 2.外事会见和会谈
- 3.西餐宴饮
- 4.外宾参观游览
- 5.国外忌讳种种
- 第四篇 公关技巧
- 第十七章 公关人员的基本技巧
- 1.公关人员的说话技巧
- 2.公关人员的沟通技巧
- 3.公关人员的应变技巧
- 第十八章 公关人员的谈判技巧
- 1.谈判应遵循的原则
- 2.谈判中常见的花招
- 3.谈判过程中的应对之招
- 第十九章 赞助活动中的公关技巧
- 1.赞助及其类别
- 2.赞助程序
- 3.赞助技巧与实例
- 第二十章 招聘活动中的公关技巧
- 1.广告招聘中的公关技巧
- 2.面试招聘中的公关技巧
- 第二十一章 形象塑造中的公关技巧
- 1.给企业取一个响亮合适的名称
- 2.给产品创一个驰名的品牌
- 3.适时利用“名人效应”
- 4.倡导和形成自己的企业文化
- 5.关切和赞助社会公益活动
- 6.利用危机，主动塑造组织形象
- 第二十二章 领导管理中的公关技巧
- 1.形成以和为贵的氛围
- 2.赏功奖优不偏私
- 3.批评要顾及对方的面子
- 4.用激励来协调组织内部关系
- 5.精于授权，用人有道
- 后记
- • • • • ([收起](#))

[公共关系实务 下载链接1](#)

标签

评论

[公共关系实务_下载链接1](#)

书评

[公共关系实务_下载链接1](#)