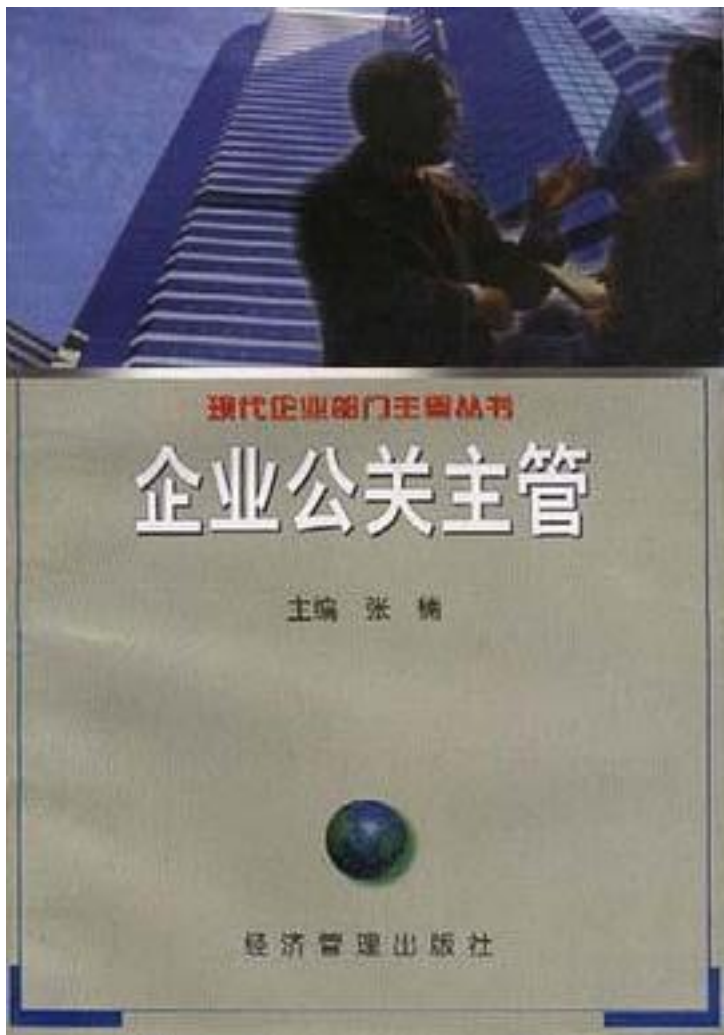


企业公关主管



[企业公关主管_下载链接1](#)

著者:

出版者:经济管理出版社

出版时间:1999-01

装帧:平装

isbn:9787801187048

作者介绍:

目录: 目录

第一章	企业公关主管定位
第一节	公关主管在企业中的地位
第二节	公关主管应具备的素质
第三节	公关主管及其下属的职责
第四节	公关主管的下属组织
第二章	组织公关调研
第一节	遵循调研原则
第二节	明确公关调研的内容
第三节	选择公关调研的方法
第三章	编制公关计划
第一节	编制公关计划的意义
第二节	遵循一定的程序
第三节	明确公关计划的内容
第四章	传播公关信息
第一节	信息传播的基本内容
第二节	公关活动中的信息
第三节	公关媒体
第四节	公关媒体的选择
第五章	掌握公关工作方法
第一节	利用大众传播媒体
第二节	举办新闻发布会
第三节	利用内部沟通媒体
第六章	举办专题公关活动
第一节	编制专题公关活动计划
第二节	举办商品展览活动
第三节	举办纪念庆典活动
第四节	举办其他专题活动
第七章	巧妙进行危机公关工作
第一节	了解危机公关工作的含义
第二节	建立危机预测制度
第三节	运用危机处理策略
第八章	组织公关效果评估
第一节	了解评估的作用与目的
第二节	选择评估方法
第三节	确定评估内容
第九章	开展国际公关活动
第一节	了解国际公关工作的内含
第二节	熟悉国际公关活动的环境
第三节	遵循国际公关活动的程序
第四节	确定国际公关活动的内容
附录一	国际公共关系行为准则
附录二	美国公共关系协会 (PRSA) 职业规范守则
附录三	美国公共关系顾问协会 (PRCA) 公共关系顾问工作准则
附录四	英国公共关系协会 (IPR) 职业行为准则
附录五	中国公共关系职业道德准则
附录六	北京长城饭店公共关系培训指南 (摘要)
参考文献	
• • • • •	(收起)

[企业公关主管_下载链接1](#)

标签

评论

[企业公关主管_下载链接1](#)

书评

[企业公关主管_下载链接1](#)