

# 怎样应对大众传媒



[怎样应对大众传媒\\_下载链接1](#)

著者:(日)LEC.东京法思株式会社

出版者:复旦大学出版社

出版时间:1997-11

装帧:平装

isbn:9787309019063

## 内容提要

本书系《走向规范：市场经济经营管理技法》丛书中的一种。全书以大众传媒与公共关系为主题，从传媒公关的实践、应对传媒采访的实践、传媒人际关系的形成、接触和应对记者俱乐部的方法、紧急时刻的传媒对策五个方面，逐次论述了记者会见和新闻发布会的方法、记者恳谈会的方法、传媒讨论会的方法、传媒参观的方法、应对传媒采访的方法、应对错误报道的方法、与记者交往的方法、与记者俱乐部接触的方法、紧急时刻的传媒应对方法诸项实务。内容简明扼要，操作性强。

本书适合各类公关人士及企业经营管理人员阅读、借鉴和参考。

## 作者介绍:

反町夫，日本国LEC·东京法思株式会社代表取缔役会长、社长。1965年毕业于东京大学经济学系；1970年通过公认会计师资格考试；1978年通过司法考试，取得律师资格。1979年创立LEC·东京法思株式会社，将综合了经济学、会计学、经营学的系统思维方式导入法律领域，建立了全新的实务法律体系——“LEC体系”。

1994年起，陆续在北京大学、复旦大学、中国人民大学、南开大学、华东政法学院等十余所中国高等院校发表了公开演讲。1994年受聘为

“北京大学中日法律研究与交流中心”特别顾问，1995年受聘为“中国儒学与法律文化研究会”名誉顾问。

## 目录: 目录

### 第一章 传媒公关的实践

#### 第一节 记者会见和新闻发布会的方法

##### 一 记者会见的程序

##### 二 事前的策划

##### 三 事前的筹备

##### 四 记者会见的实行

##### 五 记者会见的事后处理

##### 六 记者会见、发布会总体策划的实例

#### 第二节 记者恳谈会的方法

##### 一 何谓记者恳谈会

##### 二 记者恳谈会的程序

##### 三 恳谈会的实施计划

##### 四 恳谈会的准备

##### 五 恳谈会的实行

##### 六 记者恳谈会的事后举措

#### 第三节 传媒讨论会的方法

##### 一 何谓传媒讨论会

##### 二 传媒讨论会的意义

##### 三 传媒讨论会的方法

#### 第四节 传媒参观的方法

##### 一 传媒参观的意义

##### 二 工厂参观会的实施概要计划

##### 三 传媒参观的事前准备

##### 四 传媒参观的实行

##### 五 工厂参观会的工作内容实例

### 第二章 应对传媒采访的实践

#### 第一节 应对采访接待须知

##### 一 传媒的应对是否很难

##### 二 应对采访须知

##### 三 平时和紧急时的采访应对

#### 第二节 应对错误报道的方法

##### 一 错误报道的实际状况

##### 二 错误报道的对策

##### 三 传媒方面的应对

### 第三章 传媒人际关系网络的形成

#### 第一节 与记者交往的方法

##### 一 记者欲如此与企业交往

##### 二 与记者交往的方法

#### 第二节 共享传媒信息

##### 一 收集记者信息

##### 二 建立记者数据库

##### 三 记者数据库的活用

#### 第三节 各种媒体的特性

##### 一 报纸

二 电视  
三 广播  
四 杂志  
第四章 接触、应对记者俱乐部的方法  
第一节 记者俱乐部制度  
一 何谓记者俱乐部  
二 便利的记者俱乐部  
三 记者俱乐部的性质和问题  
第二节 与记者俱乐部接触的方法  
第五章 紧急时刻的传媒对策  
第一节 企业的紧急事态  
第二节 紧急时刻公关对策的要点  
一 内部信息体制的一元化  
二 新闻发言人的职责  
三 应对电视采访的思想准备  
四 首脑的任务  
第三节 紧急时刻应对的程序  
第四节 记者会见的活用  
一 紧急时刻记者会见的准备  
二 紧急记者会见的要点  
第五节 紧急时刻应对的再评价  
第六节 产品事故  
一 产品事故发生时的新闻发布  
二 产品事故发生时的预想问答  
• • • • • (收起)

[怎样应对大众传媒\\_下载链接1](#)

标签

评论

-----  
[怎样应对大众传媒\\_下载链接1](#)

书评

-----  
[怎样应对大众传媒\\_下载链接1](#)