

公关的威力



[公关的威力_下载链接1](#)

著者:屈云波

出版者:企业管理

出版时间:2008-1

装帧:

isbn:9787801978530

《公关的威力：新传媒时代高回报率营销传播指南》以简练的语言和实用的风格，阐述

了如何利用市场调查的方法来科学地计划和评估公共关系项目。在与高级管理层对话时，作者尝试了一种更好的交流方式，以帮助高管改善公共关系的活动计划和效果。另外，这《公关的威力：新传媒时代高回报率营销传播指南》还大胆推翻了诸多贬低公共关系有效性，掩盖其真实价值的说法——例如“公共关系不可能被衡量！”。

作者介绍:

马克·韦纳(Mark Weiner)，德拉哈耶公司总裁。该公司是世界上最负盛名的基于调查的咨询公司，业务范围包括公共关系，公司声誉和雇员传播等，客户遍及全球四十多个国家。许多全球领先的公司根据德拉哈耶的研究设定发展目标，制定发展策略，评估他们的传播活动，看它如何影响目标受众的态度、理念和行为。

自从1998年进入公关行业以来，韦纳一直在各类会议上频频发言，积极参与业内领先的专业杂志的活动，并担任PRSA的《策划师》(Strategist)和《公关新闻》(PR News)的顾问编辑组成员。另外，他还是公关协会评估委员会2004年主席，国际商业传播联合会、美国公关关系社团和公共关系研究所的成员。此前韦纳曾在《纽约时报》从事新闻工作，并担任McNaught报纸财团的编辑和报纸专栏作家。

目录: 序推荐序前言 第一部分 不断变化的营销和公司传媒的前景第一章
营销和公共关系的新机遇第二章 营销和公关面临的新挑战 第二部分
利用调查加强公共关系第三章 衡量公关项目第四章
设定有意义且可衡量的公关目标第五章 研究如何建立公关战略和战术第六章
以不断改进为目的的公关评估计划 第三部分 转化你的公关计划第七章
真实的经济成效：验证并改进公关的投资回报率第八章 从观念到现实 附录附录1
德拉哈耶管理人员调查表附录2 德拉哈耶媒体统计调查附录3
德拉哈耶新闻记者调查关于国际商业交流者协会(IABC)
· · · · · (收起)

[公关的威力_下载链接1](#)

标签

公关

营销

营销传播

传媒

PR

商业

管理

社会

评论

低估pr的专业素质和理论体系了……

有英文版本的话还是建议看原本哦。

一些说法还挺有意思的。但大多是废话==
没有太实质的内容。又也许是我道行不够。。。120227

NIKE公关刘翔事件的危机处理让人折服...

[公关的威力 下载链接1](#)

书评

[公关的威力 下载链接1](#)