

《公共关系策划（第二版）》

图书基本信息

书名：《公共关系策划（第二版）》

13位ISBN编号：978730236916X

出版时间：2014-12

作者：谭昆智,汤敏慧,劳彦儿

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《公共关系策划（第二版）》

内容概要

本书作者历经数年的积累，在积极借鉴和吸收国外先进的公关活动策划与管理的理念、观点和方法的基础上，结合中国国情以及公共关系教育与活动的发展现实，将策划与管理融为一体，采用实证研究的方法构建本书的框架体系，引用与分析大量的案例和数个原创策划方案来阐释如何进行公关策划，力求使本书具有一定的开拓性、系统性和应用性。

对大学生来说，公共关系策划既是一门专业基础课，又是一门素质教育课。本书贯彻“学以致用”的原则，注重培养学生的实际应用能力。本书的特点是：语言简洁明快、内容新、案例新、观点新、可读性强，较好地将专业学习和素质训练融为一体。

本书既可作为高等院校公共关系及相关专业的教学用书，也可作为企事业单位在职人员培训及自学用书。

书籍目录

第一章 公关策划概述

1

第一节 策划与公关策划

1

一、策划的理论

1

二、公关策划的内涵

3

第二节 公关策划的地位与原则

7

一、公关策划的地位

8

二、公关策划的原则

10

第三节 公关策划内容

13

一、组织形象调查

13

二、确定总体目标

17

三、设计活动主题

19

四、分析目标群体

22

五、选择活动方式

24

第四节 原创策划“红丝带，奥运之旅”

25

第二章 公关策划程序

35

第一节 两阶段的策划程序

35

一、公关策划的前期准备

35

二、公关策划的实际步骤

37

第二节 六步骤的策划程序

42

一、收集公关信息

42

二、策划公关目标

46

三、确定公关对象

49

四、部署公关战略

53

五、抓住公关时机

58

六、评估公关效果

60

第三节 2010年亚运会对广州城市形象传播实证分析研究

61

一、广州将举办历史上最出色的亚运会

61

二、调查问卷的实证分析与操作

63

三、通过举办亚运会来提升广州城市形象的对策和建议

67

第四节 原创策划“第三届广州Mini马拉松赛”

67

第三章 公关专题活动策划

82

第一节 公关专题活动策划的概念

82

一、公关专题活动策划的内涵

82

二、公关专题活动策划的内容

83

三、公关专题活动策划的原则与要求

85

第二节 公关专题活动策划书

87

一、公关专题活动策划书概述

87

二、公关专题活动策划书实例

90

第三节 典型的公关专题活动策划

94

一、社会赞助

94

二、新闻发布会

95

三、庆典活动

97

四、展览会与会展业

98

五、公关谈判与交流活动

102

第四节 原创策划“创业起航”

102

第四章 公关调查策划

112

第一节 公关调查的内涵与原则

112

一、公关调查的概念

112

二、 公关调查的原则	115
第二节 公关调查的内容	117
一、 基本情况调研	117
二、 组织的形象调查	119
第三节 公关调查的程序与方法	122
一、 公关调查的程序	122
二、 公关调查的方法	126
第四节 原创策划“广州市上下九步行街调查策划报告”	132
第五章 公关广告策划	141
第一节 公关广告策划的概念	141
一、 公关广告的内涵	141
二、 策划的内涵	145
三、 公关广告策划的内涵	147
第二节 公关广告策划的流程	148
一、 环境、产品与目标	148
二、 广告策略与目标	149
三、 广告主题与预算	150
第三节 公关广告策划传播	152
一、 公关广告传播的要求	152
二、 公关广告与商品广告策划	154
第四节 公关广告策划与制作技巧	160
一、 公关广告策划技巧	160
二、 公关广告制作技巧	162
第五节 原创策划“广州市大学城岭南印象园”	166
第六章 公关新闻策划	

174

第一节 公关新闻策划概述

174

一、公关新闻策划的起源背景

174

二、公关新闻策划的概念

175

三、新闻策划的发展方向

177

第二节 公关新闻稿写作

178

一、公关新闻与一般新闻的区别与联系

178

二、公关新闻稿的一般结构

179

第三节 公关新闻策划的原则

183

一、公关新闻策划的基本原则

183

二、公关新闻策划应对媒体原则

186

三、公关新闻创意方式

190

第四节 公关新闻策划的一般程序

194

一、新闻调查分析

195

二、新闻规划

198

三、新闻实施

198

四、新闻监测

199

第五节 原创策划“市民礼仪及公关礼仪义务宣传日”

200

第七章 公关谈判策划

207

第一节 公关谈判知识

207

一、公关谈判的概念和特点

207

二、公关谈判的原则

211

第二节 公关谈判程序

213

一、公关谈判的准备阶段

213

二、谈判开局阶段

218

三、交流探测阶段	218
四、磋商交锋阶段	219
五、妥协阶段	219
六、协议签订阶段	219
第三节 公关谈判技巧	219
一、公关谈判的技巧原理	220
二、公关谈判的情报技巧	221
三、公关谈判的时间技巧	222
四、公关谈判的报价技巧与方法	225
五、公关谈判的让步技巧	230
第四节 原创策划“梅州首届客家文化旅游节策划方案”	233
第八章 公关营销策划	241
第一节 营销公关的含义与种类	241
一、营销公关的含义	241
二、营销公关的种类	245
第二节 营销公关的环境和原则	251
一、营销公关的环境	251
二、营销公关的原则	253
第三节 营销公关的决策过程	257
一、建立营销目标	257
二、选择公关信息和载体	257
三、执行营销公关计划	261
四、评估营销公关的效果	264
第四节 原创策划“松山湖形象宣传画册构思方案”	267
第九章 公关危机的管理策划	

271	
第一节 公关危机的类型与特点	
271	
一、公关危机的定义	
271	
二、公关危机的类型	
272	
三、公关危机的特点	
279	
第二节 公关危机的预防	
280	
一、分析公关危机产生的原因	
280	
二、设立完善的危机预警机制	
283	
三、周密策划危机的预防方案	
284	
第三节 公关危机的管理处理	
287	
一、公关危机的处理原则	
287	
二、公关危机的处理方法	
288	
三、公关危机的处理过程	
289	
四、公关危机的恢复管理	
292	
第四节 原创策划“科学中心，走进人心”	
293	
第十章 公关策划人员的素质要求与培训	
310	
第一节 公关策划人员的基本能力	
310	
一、表达能力	
310	
二、人际交往能力	
312	
三、组织管理能力	
313	
四、决策能力	
313	
五、应变能力	
313	
六、收集处理信息的能力	
315	
七、创新能力	
315	
第二节 公关策划人员的基本素质与培训	
316	

一、公关策划人员的基本素质

316

二、培训原则和方法

322

第三节 公关策划要遵守的相关法律和职业道德

324

一、公关策划需要遵守的法律

324

二、公关策划人员的职业道德

327

第四节 原创策划“全新高尔夫 唯你，为我”

328

参考文献

341

《公共关系策划（第二版）》

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:www.tushu111.com