

# 《体育媒体公关：美国经验与中国健

## 图书基本信息

书名：《体育媒体公关：美国经验与中国借鉴》

13位ISBN编号：9787308136426

出版时间：2014-8

作者：易剑东

页数：420

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](http://www.tushu111.com)

# 《体育媒体公关：美国经验与中国健

## 内容概要

通过浏览美国六大职业体育联盟及其俱乐部网站，收集体育媒体公关的现实案例和相关文本，全面展示美国体育组织媒体公关的主要内容、手段及其与组织运行的内在联系，阐明中国体育组织如何借鉴美国经验提升媒体公关的能力和绩效，提高体育组织运行的效益。

# 《体育媒体公关：美国经验与中国健

## 作者简介

易剑东，男，1969年10月生，江西丰城人。江西财经大学副校长、北京体育大学体育人文社会学博士生导师、江西财经大学公共经济与管理博士生导师。美国哥伦比亚大学(2012, 9-2013, 9)访问学者。教育部新世纪优秀人才支持计划入选者、江西省高校哲学社会科学领军人才、江西省首届中青年哲学社会科学专家。中国体育发展战略研究会会员、中国社会学会体育社会学分会副会长、国家社会科学基金评委、CCTV体坛风云人物推委及总评委。研究领域为奥林匹克与国际体育、体育政策国际比较等。

## 书籍目录

### 绪论

一、美国职业体育的关系管理及其对中国的启示

二、北京奥运会中国体育代表团的形象塑造

三、中国体育的形象传播与媒体公关

### 第一章 体育组织出版物

第一节 体育组织出版物概述

第二节 体育组织出版物的公共关系

第三节 体育组织出版物的制作

第四节 中国体育组织出版物的现状和问题

第五节 美国体育组织出版物对中国的启示

### 第二章 体育组织的媒体活动

第一节 体育组织媒体活动概述

第二节 媒体活动对体育组织的意义和价值

第三节 体育组织的媒体活动实践

### 第三章 体育新闻中心的媒体应对

第一节 大型体育赛事新闻中心概述

第二节 大型体育赛事新闻中心的构成要素

第三节 大型体育赛事新闻中心的运行机制

第四节 中国大型体育赛事新闻中心媒体服务现状

### 第四章 大型赛事官方网站的应对

第一节 大型赛事官方网站概述

第二节 大型赛事官方网站的运行机制

第三节 中国大型赛事官方网站存在的问题与对策

### 第五章 MLB及其俱乐部的公共关系活动

第一节 MLB及其俱乐部概述

第二节 MLB及其俱乐部公共关系传播的演进

第三节 MLB及其俱乐部的公共关系传播理念

第四节 MLB及其俱乐部的公共关系传播框架

第五节 MLB及其俱乐部的公共关系传播实践

第六节 MLB及俱乐部的公共关系传播对中国的启示

### 第六章 NFL的公共关系传播

第一节 NFL及其俱乐部的公共关系传播历程

第二节 NFL及其俱乐部的公共关系传播理念

第三节 NFL及其俱乐部公共关系传播实践

第四节 NFL及其俱乐部的公共关系传播与中国

### 第七章 NBA及其俱乐部的公共关系传播

第一节 NBA联盟媒体关系传播发展历程

第二节 NBA联盟媒体关系传播的理念与实践

第三节 NBA30支俱乐部媒体关系传播

### 第八章 NHL的危机公关传播

第一节 危机传播

第二节 美国职业冰球联盟(NHL)概况

第三节 NHL 2004—2005赛季“停摆”事件危机传播个案分析

### 第九章 NASCAR的公共关系传播

第一节 NASCAR概述

第二节 NASCAR公共关系传播发展历程

第三节 NASCAR的公共关系理念

第四节 NASCAR公共关系的组织结构

第五节 NASCAR的公共关系实践

第六节 NASCAR公共关系对中国职业体育组织的启示

第十章 WNBA及其俱乐部的公共关系传播实践

第一节 WNBA及其俱乐部概述

第二节 WNBA及其俱乐部公共关系实践发展历程

第三节 WNBA及其俱乐部的公共关系理念

第四节 WNBA及其俱乐部公共关系实践

第五节 WNBA及其俱乐部的公共关系实践对WCBA的启示

索引

后记

# 《体育媒体公关：美国经验与中国健

## 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](http://www.tushu111.com)