

# 《怎样进行形象宣传》

## 图书基本信息

书名：《怎样进行形象宣传》

13位ISBN编号：9787309019056

10位ISBN编号：7309019059

出版时间：1997-11

出版社：复旦大学出版社

作者：(日)LEC.东京法思株式

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)

# 《怎样进行形象宣传》

## 内容概要

### 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。内容包括对外宣传和国际宣传两编。对外宣传编从对外宣传的基础知识入手，分八章具体论述了面向客户的对策、面向投资者的对策、面向消费者团体的对策、面向社区的对策、面向一般消费者的对策、招聘宣传、危机管理和宣传等内容；国际宣传编则从异文化传播困难的原因及解决方法入手，分别阐述了海外从业人员对策、国际社区对策、海外政府与行政机构对策、国际顾客对策、国际投资家对策、国际大众传媒对策诸项实务。内容丰富，视角新颖，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。

# 《怎样进行形象宣传》

## 作者简介

## 书籍目录

### 目录

#### 第一编 对外宣传

##### 第一章 对外宣传的基础知识

###### 第一节 对外宣传的四原则

一 促进销售活动和对外宣传

二 对外宣传的四原则

三 对外宣传的功能

四 为了实现有人情味的交流

###### 第二节 市场营销和对外宣传

一 对外宣传的定义

二 对外宣传和市场营销

三 对外宣传活动的方

###### 第三节 企业周围的人们

一 外部宣传和内部宣传

二 对外宣传的对象

三 建构企业形象的人们

##### 第二章 面向客户的对策

###### 第一节 面向客户宣传的视角

一 作为准内部宣传的对客户宣传

二 面向流通业者的宣传活动的种类

三 促进流通业者对本单位的了解

四 通过传授产品和服务知识促进流通业者的销售

五 了解客户的意见和问题的宣传活动

六 为提升销售技巧、经营水平而进行的经营指导

###### 第二节 对客户宣传的方法

一 对客户的PR刊物

二 与客户举行恳谈会

三 对客户举办展示会

四 业界报刊和技术报刊

##### 第三章 面向投资者的对策

###### 第一节 面向投资者宣传的视角

一 对投资者宣传的目的

二 IR和决算公开

三 IR的课题

###### 第二节 对投资者宣传的方法

一 股东大会

二 企业说明会

三 年度报告

##### 第四章 面向消费者团体的对策

###### 第一节 消费者团体宣传的视角

一 消费者运动

二 日本的消费者运动

三 从消费者运动到生活者运动

四 保护消费者行政

###### 第二节 对消费者宣传的方法

- 一 面向消费者团体宣传的方法
- 二 对消费者团体宣传的基本原则
- 第五章 面向社区的对策
- 第一节 面向社区宣传的视角
- 一 看得见面孔的宣传活动
- 二 共同体关系（CR）
- 三 企业分支机构的宣传部门
- 四 社区中的企业 一 川崎制铁的事例
- 五 以“与社区共存”为企业理念
- 六 处理共同体关系的方法
- 第二节 面向社区宣传的方法
- 一 面向社区传媒的对策
- 二 对社区活动的参与
- 三 为社区作贡献的活动
- 四 社区关系（CR）的战略
- 第六章 面向一般消费者（生活者）的对策
- 第一节 面向一般消费者宣传的视角
- 一 企业对消费者的社会责任
- 二 宣传活动的要旨：生活者的知晓权利
- 三 谋求更加良好的顾客关系
- 意见处理
- 第二节 面向一般消费者宣传的方法
- 一 通过文化战略造成形象的差别化
- 二 信息系统中的消费者对策
- 以“花王”为例
- 三 反馈在经营中的反映
- 一以“朝日生命保险”为例
- 第三节 意见处理的要诀
- 一 消费者对应的基本要求
- 二 意见处理的原则
- 三 对应P/L法的矛盾处理
- 第七章 招聘宣传
- 第一节 招聘宣传的视角
- 一 招聘宣传的任务
- 二 学生就业意识的变化
- 三 有魅力的企业形象
- 四 左右就业去向的企业文化
- 第二节 招聘宣传的方法
- 一 传播企业实际状况的招聘宣传
- 二 以企业文化为旗帜
- 三 编写招聘指南的基本原则
- 四 以企业形象的转换来吸引人才
- “川铁”的事例
- 第八章 危机管理和宣传
- 第一节 何谓危机管理
- 一 企业危机的多样化
- 二 企业危机凸现化的背景
- 三 危机的预防管理
- 四 危机发生之际的对策

## 五 企业危机的事后管理

### 第二节 不同对象的危机对策

#### 一 面向职员的对策

#### 二 面向客户的对策

#### 三 面向行政的对策

#### 四 面向社区的对策

## 第二编 国际宣传

### 第一章 国际宣传的要点

#### 第一节 异文化传播与国际宣传

##### 一 语言人种、宗教、文盲率与传播

##### 二 英国式英语和美国式英语

##### 三 异文化传播需言行并举

##### 四 日本特殊论的终结

##### 五 促进异文化传播的条件

#### 第二节 与国内宣传的差异

##### 一 超越单一文化的世界

##### 二 国际宣传组织

##### 三 明示企业的理念

##### 四 国际宣传活动的当地化

##### 五 不同媒介的国际宣传

### 第二章 国际宣传的实务

#### 第一节 海外从业人员对策

##### 一 面向海外从业人员的内部宣传

##### 二 正确传播日本式经营

##### 三 海外从业人员的培养

##### 四 海外派遣人员的风险对策

#### 第二节 国际社区对策

##### 一 与国际地位相称的社会贡献

##### 二 为社区作贡献的活动

##### 三 开展看得见面孔的贡献活动

##### 四 国际社区对策的课题

#### 第三节 海外政府、行政机构对策

##### 一 越来越重要的对行政机构的PR

##### 二 个别企业、业界团体对行政机

##### 构的PR

##### 三 政府、公共机构的国际宣传

#### 第四节 国际顾客对策

##### 一 为业务活动提供支持的国际宣传

##### 二 招待来日访问

##### 三、参加海外出样、展销会

#### 第五节 国际投资家对策

##### 一 融资的国际化

##### 二 IR的手段

##### 三 面向海外投资家的会计信息

##### 四 IR顾问的充分利用

#### 第六节 国际大众传媒对策

##### 一 无国境时代的大众传媒对策

##### 二 面向驻日报道机构的对策

##### 三 应对驻日外国报道机构采访的要点

## 四 外国报道机构的伦理标准

### 第七节 PR公司的利用方法

#### 一 PR专业公司的选择标准

#### 二 PR公司的利用方法

#### 三 日本的PR公司、世界的PR公司

# 《怎样进行形象宣传》

## 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)