

<<常用公关文案写作规范与实例>>

图书基本信息

书名：<<常用公关文案写作规范与实例>>

13位ISBN编号：9787219076743

10位ISBN编号：7219076746

出版时间：2012-4

出版时间：广西人民出版社

作者：金常德

页数：376

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：<http://www.tushu007.com>

<<常用公关文案写作规范与实例>>

内容概要

本书精选人们日常工作生活中最常用的公关文种，根据不同需要进行细致归类。具有内容全面、案例规范、简单易学、查找方便等特点。

简单明了的定义界定，直观易学的规范模板，实用丰富的范文实例，便于人们迅速掌握相关文种的写作技巧，是一本公关文案写作中的必备工具书，更是职场人士不可不读的文书写作宝典。

作者简介

金常德，男，辽宁北镇人。

中国高等教育学会秘书学专业委员会常务理事，中国秘书科学联盟常务理事，中国公文写作研究会会员，辽宁省写作学会常务理事。

主要研究秘书教育、应用写作、实用礼仪，在《秘书》《秘书之友》《应用写作》《阅读与写作》《职业技术教育》、《当代职业教育》《教育与教学研究》《当代教育论坛》等刊物发表相关研究文章60余篇。

编著《秘书职业概论》《新编高职高专应用文写作》《常用应用文写作规范与技法》《农村常用应用文写作》等，主编《新编秘书实务》《秘书日常事务管理》《办公室事务》《应用写作》《大学生应用写作实践教程》《实用礼仪教程》等。

主持教育部高职高专文秘类教指委立项课题、辽宁省“十一五”教育科学规划立项课题等多项。

具有较为丰富的社会读物和高职教材的策划与编写经验。

<<常用公关文案写作规范与实例>>

书籍目录

前言

第一章 事务管理类公关文案

第一节 公关工作计划

第二节 公关工作总结

第三节 公关简报

第四节 会议纪要

第五节 会谈纪要

第六节 大事记

第七节 介绍信

第八节 证明信

第二章 告知晓谕类公关文案

第一节 通知

第二节 公函

第三节 公关宣言

第四节 公关声明

第五节 倡议书

第六节 承诺书

第七节 请战书

第八节 决心书

第九节 公关启事

第十节 公关海报

第十一节 公关标语

第十二节 公关对联

第三章 新闻传播类公关文案

第一节 消息

第二节 通讯

第三节 人物专访稿

第四节 新闻发布稿

第五节 新闻通稿

第四章 宣介推广类公关文案

第一节 企业简介

第二节 宣传网页文案

第三节 对外宣传册文案

第四节 产品说明书

第五节 公关广告文案

第六节 软文

第七节 公关推介书

第八节 公关解说词

第九节 企业社会责任报告

第五章 策划实施类公关文案

第一节 公关策划方案

第二节 开(闭)幕式方案

第三节 揭幕仪式方案

第四节 颁奖仪式方案

第五节 签约仪式方案

<<常用公关文案写作规范与实例>>

- 第六章 调研评估类公关文案
 - 第一节 公关调查问卷
 - 第二节 公关调查方案
 - 第三节 公关调查报告
 - 第四节 公关评估报告
- 第七章 致词演讲类公关文案
 - 第一节 欢迎词
 - 第二节 欢送词
 - 第三节 答谢词
 - 第四节 祝酒词
 - 第五节 开幕词
 - 第六节 闭幕词
 - 第七节 颁奖词
 - 第八节 公关主持词
 - 第九节 公关演讲词
 - 第十节 会议报告
- 第八章 礼仪信函类公关文案
 - 第一节 感谢信
 - 第二节 慰问信
 - 第三节 祝贺信
 - 第四节 报捷信
 - 第五节 邀请信
 - 第六节 拒绝信
 - 第七节 致歉信
 - 第八节 公开信
- 第九章 礼仪书贴类公关文案
 - 第一节 聘请书
 - 第二节 解聘书
 - 第三节 证书
 - 第四节 请柬
 - 第五节 公关名片
 - 第六节 公关题词
- 第十章 个人谋职类公关文案
 - 第一节 求职信
 - 第二节 推荐信
 - 第三节 竞聘报告
 - 第四节 就职报告
 - 第五节 离职报告
 - 第六节 辞职报告
- 第十一章 丧仪哀祭类公关文案
 - 第一节 讣告
 - 第二节 悼词
 - 第三节 唁电
 - 第四节 挽联
- 第十二章 契据协约类公关文案
 - 第一节 公关意向书
 - 第二节 公关协议书

<<常用公关文案写作规范与实例>>

第三节 公关合同

第十三章 规章制度类公关文案

第一节 章程

第二节 规定

第三节 办法

第四节 公约

<<常用公关文案写作规范与实例>>

章节摘录

一、概说 公关工作计划是社会组织对未来一定时间内本组织的公关工作，规定明确的目标，提出具体的要求，制定相应的措施、步骤和方法而形成的文书。制订计划可以使人早做安排，心有全局，减少盲目性，增强自觉性，有效地推进工作。这里所说的计划一般是相对于就某项具体公关工作而制订的专题性公关计划而言的，它有一个相对的时间跨度，内容和写法比较具体、深入、细致、集中。

计划是一种具有约束性的文书，一旦确定必须实施。

计划的特点表现为预见性、可行性、指导性和灵活性。

二、写法（一）标题写法1：计划制订者+计划适用时限+计划内容+文种名称”，如“××公司2010年度公关工作计划”。

就公关工作计划而言，其标题宜采用这种要素完全的形式，这样便于日后检索，特别是组织内部部门制订的计划更应该如此，如“××公司公关部2010年度公关工作计划”。

写法2：计划适用时限+计划内容+文种名称，如“2010年度年公关工作计划”。

（二）正文 一般由前言和主体两部分内容构成： 1．前言。

用简明扼要的文字说明所针对的时期内公关工作的总体目标、指导思想和基本思路，并且要注意紧紧围绕组织的整体目标。

然后常用“为此，制订如下计划”之类的过渡语句领起主体内容。

2．主体。

计划的主体部分一般分为目标和任务、步骤和措施两部分内容。

目标和任务即“做什么”，要求提出明确的目标、主要的任务和重要的指标，也就是先写出一定的时间内要完成的工作总体目标和基本任务，然后详细具体地写出任务的数量、质量指标。

步骤和措施即“怎么做”，要求具体说明开展工作的步骤，如工作程序、时间安排、相关要求等，以及保证目标的实现拟采取的措施，这是实现目标和任务的具体手段，是计划可操作性的关键所在。

.....

<<常用公关文案写作规范与实例>>

编辑推荐

最常用的公关文书，最实用的分类归纳，最精妙的技法解读 内容全面，案例丰富，简单易学
，查找方便 标准模板，现学现用

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:<http://www.tushu007.com>