

<<媒体关系指南>>

图书基本信息

书名：<<媒体关系指南>>

13位ISBN编号：9787302093701

10位ISBN编号：7302093709

出版时间：2004-10-1

出版时间：清华大学出版社

作者：Irv schenkler,燕清联合,Tony herrling

页数：124

字数：284000

译者：燕清联合

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>

<<媒体关系指南>>

内容概要

20年以来，无论当我作为一名企业的顾问人员或者在纽约大学斯特恩商学院（New York University's Stern School of Business）担任教师，还是作为世界最大的公关公司之一的博雅公关公司（Burson-Marsteller）的一名客户代表与客户们进行交往时，我都会在工作遇到许多专家和学生，他们向我们表达了能拥有一本简洁实用的关于指导如何处理媒体关系的小册子的愿望。事实上，他们也找到了一些有关这方面主题的书籍，但是由于工作十分繁忙，而那些书籍又太长或者太简单，所以他们的要求不能得到满足。这就是Prentice Hall出版这样一套商务沟通系列书籍的原因——我们希望能够为那些在与媒体相关的领域工作的人提供一套简洁、实用、便于使用的指导手册。

本书主要是为那些供职于商业机构或者非营利组织人而写的。

<<媒体关系指南>>

书籍目录

引言第一章 设计行动路径 制定媒体战略 了解媒体的大致特征 分析与媒体沟通的渠道第二章 “放长线、钓大鱼”；建立积极有效的媒介关系 发布有新闻价值的信息 了解记者 有效利用媒体沟通渠道 雇佣专业媒体人员第三章 顺藤摸瓜：接受媒体的采访的要求 接受媒体采访的前期准备 接受采访第四章 有的放矢：与财经媒体打交道 发布日常财务信息 发布企业重大变动信息第五章 弥补缝隙：危机中的媒体运用 了解危机中的媒体 选择合适的回应策略 危机时期的媒体交往策略参考文献

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>