

<<与媒体共舞>>

图书基本信息

书名：<<与媒体共舞>>

13位ISBN编号：9787501197590

10位ISBN编号：7501197598

出版时间：2011-11

出版时间：新华出版社

作者：要力石，陈建群 著

页数：238

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>

<<与媒体共舞>>

内容概要

这是探讨在大众传媒时代，公司如何与媒体相处，并如何取得双赢效果路径的一本书。该书站在现代社会企业的生存与发展的角度，通过一些典型案例和新闻传播基本运作规律的介绍，帮助公司了解媒体、认识媒体、感知媒体，并掌握利用媒体趋利避害、化解风险和增强品牌影响力的方法。

本书适用于各类公司管理及公关人士、媒体从业及研究人员、各级政府相关机构管理人士阅读。

<<与媒体共舞>>

作者简介

要力石，中国作家协会会员，编审，新闻出版总署“百名有突出贡献的新闻出版专业技术人员”称号获得者。

其所著《实用图书策划学》被《出版人》杂志称为“要氏图书策划学”。

著有《单独行走》《生命与爱的咏叹》《红楼梦经典释义800题》《谋划出书》《出版策划》和《畅销书策划88法（修订版）》。

组织策划过《信心与希望——温家宝总理访谈实录》《范长江文集》《高科技高思维》《汪国真新作选》《中国名记者传略与名篇赏析（修订版）》《郭守敬》等，是《中国国情读本》系列、“新华国际政治精品文库”、“新华新闻传播精品书系”、“新华现当代文学佳作丛书”、“新华好读小说系列”的总策划。

<<与媒体共舞>>

书籍目录

- 第一章 成也媒体败也媒体
 - 第一节 三鹿与海尔冰火两重天
 - 第二节 消极应对不如积极借势
 - 第三节 寻找借势媒体的关节点
 - 第四节 媒企双赢为最佳选择
- 第二章 媒体为新闻而生
 - 第一节 对媒体的N种误读
 - 第二节 立体化的媒体世界
 - 第三节 媒体为新闻而生
 - 第四节 广告是媒体的命脉
 - 第五节 谁能管得了无冕之王
- 第三章 做媒体的高明推手
 - 第一节 媒体并不总是“幸灾乐祸”
 - 第二节 有钱难买正面报道
-
- 第四章 和媒体一起策划新闻
- 第五章 广告还可以这样做
- 第六章 不能轻视了新媒体
- 第七章 媒体与公司：猫捉鼠？

后记

参考书目

<<与媒体共舞>>

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>