

<<公共关系策划学>>

图书基本信息

书名：<<公共关系策划学>>

13位ISBN编号：9787563814732

10位ISBN编号：7563814736

出版时间：2012-9

出版时间：首都经济贸易大学出版社

作者：余明阳，薛可 主编

页数：347

字数：391000

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>

<<公共关系策划学>>

内容概要

《公共关系书系：公共关系策划学（第2版）》共十一章，包括策划与公共关系策划、公共关系策划的历史、公共关系策划的基础、公共关系策划的基础、公共关系策划的基础、公共关系策划的基础等内容，并在每章的后面跟随一个案例评价，让读者理论结合实际的学习。

<<公共关系策划学>>

作者简介

余明阳，1964年出生，祖籍浙江省宁波市。

现任上海交通大学安泰经济与管理学院教授、博士生导师，上海交通大学品牌研究中心主任。

先后毕业于浙江大学哲学系（学士）、复旦大学管理学院（硕士、博士、博士后）、北京大学光华管理学院（博士后）共有专著、合著、译著以及主编国家“十一五”规划教材等68种，其中包括《品牌学教程》、《品牌学》、《品牌传播学》、《品牌管理学》、《世界顶级品牌》、《大学品牌》、《城市品牌》、《公共关系学》、《广告策划创意学》、《博览学》、《咨询学》等。

主编学术丛书4套共40多种，发表中英文核心期刊论文共120多篇，曾40多次荣获各类学术奖和专业奖。

主持各种纵向、横向课题几十项，担任浙江、江苏、山东、福建、四川、湖南、湖北、新疆等地的政府高级经济顾问，担任多家上市公司的独立董事，担任中国公共关系协会常务副会长兼学术委员会主任，担任上海品牌促进中心秘书长，是深圳市第三届和第四届政协委员（社会科学界）。

是中国第一位以品牌研究作为博士论文的学者，也是中国第一位高校品牌研究机构的负责人，被媒体誉为“中国品牌博士第一人”。

<<公共关系策划学>>

书籍目录

- 第一章 策划与公共关系策划
 - 第一节 公共关系策划的含义
 - 第二节 公共关系策划的地位与作用
 - 案例评析 世博公关力量
- 第二章 公共关系策划的历史
 - 第一节 策划的历史沿革
 - 第二节 公共关系策划的崛起与发展
 - 案例评析 白兰地在美国的精彩亮相
- 第三章 公共关系策划的基础
 - 第一节 公共关系策划的目标
 - 第二节 公共关系策划的原则
 - 第三节 公共关系策划的创新思维
 - 案例评析 一个人的航班
- 第四章 公共关系策划的基础
 - 第一节 公共关系调查
 - 第二节 信息的检索
 - 第三节 公众的确定与分新
 - 案例评析 “棉花——超乎你的想象TM”主题公关传播活动
- 第五章 公共关系策划的创意
 - 第一节 创意的表述与激发
 - 第二节 策划创意中的时机因素
 - 案例评析 “世界上最好的工作”
- 第六章 公共关系策划的展开
 - 第一节 公共关系策划的要素整合
 - 第二节 公共关系策划的媒介选择
 - 第三节 公共关系策划文案
 - 第四节 策划方案的优化与审定
 - 第五节 策划书实例举隅
 - 案例评析 “去屑特效药”采乐去屑洗发水的话题传播
- 第七章 公共关系策划的基础
 - 第一节 社会组织的环境分析
 - 第二节 公共关系的战略策划
 - 第三节 社会组织的形象定位
 - 案例评析 “绿动中国”——宝洁的绿色宣言
- 第八章 公共关系的专题活动策划
 - 第一节 新闻性专题活动策划
 - 第二节 广告性专题活动策划
 - 第三节 人际性专题活动策划
 - 案例评析 雅诗兰黛“粉红丝带亮灯仪式”
- 第九章 公共关系的危机处理策划
 - 第一节 公共关系危机的类型与特点
 - 第二节 公共关系危机的处理
 - 第三节 公共关系危机的防范管理
 - 案例评析 云南白药牙膏公关危机项目
- 第十章 公共关系策划组织与策划人

<<公共关系策划学>>

- 第一节 公共关系策划组织
- 第二节 公共关系策划人
- 案例评析 汶川大地震中的政府公关
- 第十一章 公共关系策划的领域差异
 - 第一节 政府公共关系策划
 - 第二节 非营利组织公共关系策划
- 案例评析 中国国家形象宣传片——国家公关时代的来临
- 参考书目

<<公共关系策划学>>

章节摘录

如果说，在“迁都于殷”的策划中，是由君主盘庚扮演着“策划英雄”的角色，那么，在古代社会中，更多的“策划英雄”却是那些“运筹帷幄之中，决胜千里之外”的谋臣。

如伊尹、傅说、吕尚、管仲、乐毅、孙武、孙臆、范雎、李斯、张良、诸葛亮、司马懿等。

这些功垂青史的谋臣统帅，可以说都是成功的职业策划家，或说都是斗智于策划疆场上的英雄。

英雄策划时代，策划的内容、对象虽然多在政治、军事领域，但也不仅仅限于此。

例如，李冰策划兴建的著名水利工程——都江堰、司马迁策划编著的我国第一部纪传体通史《史记》、唐僧策划西游取经，以及“世界七大奇迹”的策划建造等，均是在科技文化方面英雄策划的佳作。

英雄策划时代，人们在不懈地从事着策划实践的同时，也在不断地对策划进行思考和探讨，不断地丰富和总结着策划经验。

其思考、探讨、总结的思想结晶，主要体现在浩如烟海的史学、文学、哲学、政治、军事等著述之中。

被称为“东方兵学圣典”的《孙子兵法》，仅就现存的13篇来看，其在总结春秋末期以前的军事斗争经验的同时，系统阐述了奇正、利害、阴阳、神速等制胜策略，以及敌我、众寡、强弱、攻守、进退、虚实、动静等辩证思想，书中“知己知彼”的信息原则、“校之以计”的预测原则、“奇正相生”的变化原则、“策划实施”的用人原则，都体现了著书者的策划思想。

尤其是书中强调的“夫未战而庙算胜者，得算多也；未战而庙算不胜者，得算少也。

多算胜，少算不胜，而况无算乎！

”更是著书者对策划重视程度的真实写照。

春秋战国期间，策划的地位已受到普遍重视，战争之前君主们要带领文武官员和策士、谋士携祭祀物品赴祖庙，一方面祈求祖宗保佑，另一方面筹算、度量得胜条件，制定作战方案。

而《战国策》一书，则干脆就是当时策划言论的一个汇编。

.....

<<公共关系策划学>>

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>