

<<最佳公共关系案例>>

图书基本信息

书名：<<最佳公共关系案例>>

13位ISBN编号：9787802557062

10位ISBN编号：7802557062

出版时间：2010-12

出版时间：企业管理

作者：中国国际公共关系协会

页数：286

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>

<<最佳公共关系案例>>

前言

中国最佳公共关系案例大赛自1993年设立以来，每两年一届，现在已经成功举办了9届。这一大赛在过去的18年中，借鉴了世界公关领域金奖大赛的经验和标准，总结中国公共关系市场的最新成果，推动了中国公共关系行业职业化、专业化和规范化发展。

每一次参赛作品都是公共关系理论与实践的结晶，每次赛后我们都会把获奖案例附上专家的点评汇编成册，供同业人员分享，从第五届开始，我应邀为这本书写序，至今整整十年了。

成语说“十年磨一剑”，回顾中国公共关系事业十年的发展，五届案例大赛的经典汇编就是一个缩影。

我之所以特别用到“公关事业”这个词，是想说明中国公共关系的发展是一个涵盖了政府、企业和社会组织等全社会学习与应用公共关系的过程。

由公共关系公司所代表的中国公共关系行业，既是中国公关事业的一个重要组成部分，又是推进公共关系事业专业化发展的核心力量。

十年以前，公共关系伴随着改革开放的大潮从西方传入中国，国内高校公共关系理论的教学成果、公关公司专业代理的服务水准，已经体现在当时案例大赛和经典汇编之中。

但政府、企业尤其是大型国企和社会组织的公关案例基本没有。

<<最佳公共关系案例>>

内容概要

本书收录了第九届中国最佳公共关系案例大赛最优秀的51个案例(包括17个金奖、29个银奖和5个单项奖),案例类别涉及媒介关系、企业传播、内部公关、社区关系、政府关系、国际公关、营销公关(产品)、营销公关(服务)、新产品上市、大型活动、财经公关、文化体育、医疗保健、环境保护、网络公关、品牌管理、危机管理、议题管理、企业社会责任和政府及非营利组织20个类别。

这些优秀案例集中反映了2008—2009年期间中国公共关系领域的最新实务成果,具有较高的研究价值和借鉴作用。

该书主要适用于各类管理人员、公关从业人员以及高等院校专业老师、科研人员和学生。

<<最佳公共关系案例>>

书籍目录

序一序二前言
单项奖媒介关系类
企业传播类
内部公关类
社区关系类
国际公关类
营销公关（产品）类
营销公关（服务）类
新产品上市类
大型活动类
财经公关类
文化体育类
医疗保健类
环境保护类
网络公关类
品牌管理类
危机管理类
奥运公关类
企业社会责任类
政府及非营利组织类

<<最佳公共关系案例>>

章节摘录

我们认为奢侈品牌应适当“放下身段”，并采用新的渠道和方式去接近中国最具购买力的年轻消费者。

如何既保持奢侈品的高端定位，又能与消费者产生共鸣？

互联网无疑是联结两者间的最佳选择。

菲拉格慕香水品牌网络传播的关键应是建立以品牌为基点、以目标消费人群为中心、以网络媒体为波动推力的“网络时尚生态圈”，进行奢侈品精神内涵和生活体验的大众时尚化传播。

我们在重点的网络媒体接触点上实行突破、沿线扩散覆盖主流时尚频道和论坛，快速提升知名度；结合现实或虚拟时尚圈的影响力与虚拟行为体验深化品牌认知，通过互动式的体验全面感知产品的精神内涵，形成口碑。

传播方式上以新品试用和口碑传播为重点，采用“精准深入传播+广泛覆盖曝光”的方式，整合网络专题、线上互动活动、BBS、博客、视频、邮件、手机等多种新媒体手段，分别策划具有关注热点的网络公关事件和话题，将时尚追求、虚拟行为与品牌体验有机结合，令消费者全面感知菲拉格慕香水的精神内涵和时尚生活方式。

<<最佳公共关系案例>>

编辑推荐

《最佳公共关系案例（第9届）》汇集了中国最优秀的公关案例，为公关从业人员不断提高专案策划和实务操作水平提供了指南，它可谓业界近年来少有的一次饕餮盛宴，也是公关精英创新理念的一次大碰撞，此书的问世将为中国公关行业走向更大的辉煌奠定坚实的契机！

<<最佳公共关系案例>>

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>