

PERENCANAAN DAN MANAJEMEN : KAMPANYE PUBLIC RELATIONS

Buku ini menguraikan bagaimana memulai dan mengelola sebuah program public relations yang terus berkembang dengan cara yang terstruktur, sehingga dapat memberikan manfaat baik bagi organisasi itu sendiri maupun bagi kliennya. Buku ini memberikan pedoman tahap demi tahap, yang mencakup banyak pokok bahasan penting seperti :

- Peran PR dalam berbagai organisasi
- Memulai proses perencanaan
- Riset dan analisis
- Menetapkan tujuan
- Publik dan pesan
- Strategi dan taktik
- Skala waktu dan sumber daya
- Evaluasi dan review

Dilengkapi dengan berbagai studi kasus, buku ini menyajikan 10 tahapan perencanaan untuk menjamin kesuksesan kampanye dan program yang dijalankan.

