

2008

Xây dựng Kế hoạch Truyền thông

Tài liệu tham khảo cho những người hoạt động trong lĩnh vực truyền thông

[Viết "Kế hoạch truyền thông" ("Communication Strategy" hay "Communication Plan") không phải là một khoa học, mà là một nghệ thuật. Bởi vậy mà nó rất đa dạng, biến hóa và rất khó tìm ra một mẫu số chung, một mẫu "chuẩn", "hoàn hảo" nào.]



MỤC LỤC

CHUẨN BỊ KỸ NĂNG	3
NỘI DUNG CHÍNH CỦA MỘT KẾ HOẠCH TRUYỀN THÔNG	8
BỐI CẢNH.....	13
TỔNG QUAN MÔI TRƯỜNG.....	15
XÁC ĐỊNH ĐỐI TƯỢNG LIÊN QUAN.....	16
XÁC ĐỊNH MỤC TIÊU	19
CHIẾN LƯỢC	21
CÔNG CHÚNG MỤC TIÊU	23
TUYÊN BỐ	26
THÔNG ĐIỆP CHÍNH	28
CHIẾN THUẬT HAY PHƯƠNG THỨC THỰC HIỆN.....	30
QUẢN LÝ RỦI RO	33
NGÂN SÁCH	35
ĐÁNH GIÁ.....	37
KẾT LUẬN	40



CHUẨN BỊ KỸ NĂNG

