

《公共关系学派》

图书基本信息

书名：《公共关系学派》

13位ISBN编号：9787308118290

出版时间：2013-8

作者：张雷

页数：271

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《公共关系学派》

内容概要

《公共关系学派：一种广域视野》兼顾东方文化现实和西方科学理念，以广域视野，从多学科角度阐述公共关系相关理论以及不同学科对公共关系的不同理解。力图在公共关系领域打通传统与现代、国际化与本土化之间的关系。在吸收西方公共关系学理论成果的基础上，探索公共关系学中国化的路径，以扭转公共关系学的西方中心论传统，为建立东西方双轴心的公共关系理论体系开启一道大门。

《公共关系学派》

作者简介

张雷，浙江工业大学广告学系主任、教授、硕士生导师；教育部学位与研究生教育发展中心特邀评估专家、中国国际公共关系协会学术委员会委员、浙江省公共关系协会副会长兼学术委员会主任、浙江省“十一五”新闻学科组专家、浙江省高校中青年学科带头人。2002年出版专著《注意力经济学》；2006年被中国公共关系协会授予“中国公共关系教育20年十大杰出人士”称号。

书籍目录

- 第一章 传播学派
 - 第一节 职业先驱与关系演变 ”
 - 第二节 公关传播的四种模式理论
 - 第三节 媒介“三角关系”
 - 第四节 争议性公关
- 第二章 语艺学派
 - 第一节 公关语义与语艺学派脉络
 - 第二节 语言的关系资源理论
 - 第三节 公共关系的“语法革命”
- 第三章 管理学派
 - 第一节 新闻传播学院的异类
 - 第二节 管理学派的经典理论
 - 第三节 管理学派理论的新进展
- 第四章 营销学派
 - 第一节 融人大营销的洪流
 - 第二节 社会营销理论
 - 第三节 关系营销理论
- 第五章 形象学派
 - 第一节 从实践主流到学术主流
 - 第二节 形象学派的微观理论
 - 第三节 形象学派的中观理论
 - 第四节 形象学派的宏观理论
- 第六章 社会学派
 - 第一节 公共关系的社会学性质
 - 第二节 公关社会交往理论
 - 第三节 企业社会战略理论
 - 第四节 多元化社会的公共关系
- 第七章 关系学派
 - 第一节 关系学派的背景
 - 第二节 从“饭局文化”到关系战略
 - 第三节 关系学派的重要理论
- 第八章 政治学派
 - 第一节 关系的“公共性”与“政治性”
 - 第二节 走向“大公关”时代
 - 第三节 政治学派的公关宏论
- 第九章 女性主义学派
 - 第一节 从男人的故事到女人的故事
 - 第二节 公关职业的女性化
 - 第三节 性别文化的公关演进
- 第十章 生态学派
 - 第一节 生态公关的兴起
 - 第二节 组织的社会生态与自然生态
 - 第三节 公共关系生态分析
- 第十一章 东方文化学派
 - 第一节 丰富的东方公关思想宝库
 - 第二节 儒家公关文化与兵家公关谋略
 - 第三节 “明道”与“巧辩”

第四节 文学名著的公关发现

第十二章 批判学派

第一节 公关的多维度审视

第二节 政治与经济批判

第三节 文化与伦理批判

后记

主要人名事项索引

《公共关系学派》

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：www.tushu111.com