

<<现代公共关系学>>

图书基本信息

书名：<<现代公共关系学>>

13位ISBN编号：9787040273649

10位ISBN编号：7040273640

出版时间：2009-8

出版时间：高等教育出版社

作者：陈先红

页数：447

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>

<<现代公共关系学>>

内容概要

这是一本汇聚国际视野、洞察公关本质、指导公关实践的教材,《现代公共关系学》既与国际接轨又具国情特色,既反映学科传统又体现当代素养,兼具理论性、实战性和操作性。

全书分为原理篇和实务篇两大部分。

原理篇包括“Public Relations”的词汇演变、观念变迁、范式转移、理论建构、本质属性、功能特点、主体构成、工作对象、工作内容、流程步骤等内容,既具有古今传统的公共关系架构,又包容中西最新的公共关系思想。

实务篇包括策划、战略、传播、工具等核心技巧,既具有广泛多元的结构包容性,又具有融理论与实务于一体的实战智慧。

《现代公共关系学》编排错落有致,新颖独特,既有广角镜般的全景综论,又有放大镜般的深度剖析。

每一章都设计有本章概要、经典回放、思考练习和案例研讨,并附有案例点评,以方便理解、学习、模拟、训练和自我检测。

《现代公共关系学》可作为公共关系学、新闻学、广告学、传播学、市场营销学、公共管理学、行政管理学等专业教科书,也可供专业策划人员阅读参考。

<<现代公共关系学>>

作者简介

陈先红，女，1967年生，湖北黄陂人，先盾毕业于中国人民大学档案系、华中理工大学新闻与信息传播学院和管理学院，现为华中科技大学新闻与信息传播学院副教授，广告系主任，品牌传播研究所副所长，中国国际公共关系协会学术工作委员会学术委员，中国策划学院研究员，香港中文大学、澳大利亚昆士兰大学、香港城市大学访问学者。

研究方向：公共关系、广告与品牌传播。

著有《公共关系生态论》、《IT广告的奥秘》、编著有国家“十一五”规划教材《广告策划创意学》（第三版·国家级优秀教材）、《广告学》（第三版·全国通用教材）、《CIS教程》、《广告学导论》、参编《公共关系学》（国家教育部颁教材）、《公共关系案例》（全国通用教材）等，主要学术论文有《中国大陆近十年公共关系研究实证报告》、《关系生态说的提出与公共关系理论的创新》、《论广告信息的不对称性》、《论新媒介即关系》、《论品牌传播的消费者导向原则》等，人大复印报刊资料全文转载多篇。

并主持或参与中石化长燃、香港金马家居、上海耐尔袜业、杭州倍丝特服饰、安徽斯坦迪学院、厦华电子、中国雅戈尔、四川沱牌、中国海澜、深圳好日子香烟等100多家企业的品牌咨询和公关广告策划，曾为凯旋先驱国际公共关系公司的湖北代理，湖北卫视“创意无限”栏目点评专家。

<<现代公共关系学>>

书籍目录

原理篇第一章 绪论第二章 公共关系的历史演变第三章 公共关系的一般原理第四章 公共关系工作第五章 公共关系的主体第六章 公共关系的对象第七章 公共关系的程序实务篇第八章 公共关系策划第九章 公共关系战略表现第十章 公共关系传播策略第十一章 公共关系传播工具(上)第十二章 公共关系传播工具(下)参考文献后记特别致谢

<<现代公共关系学>>

编辑推荐

其他版本请见：《现代公共关系学》

<<现代公共关系学>>

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>