

<<危机传播管理>>

图书基本信息

书名：<<危机传播管理>>

13位ISBN编号：9787300105499

10位ISBN编号：7300105491

出版时间：2009-4

出版时间：中国人民大学出版社

作者：胡百精

页数：291

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>

前言

中国人民大学出版社策划出版的这套“21世纪新闻传播学系列教材”，是一套在新闻传播学领域内，皋牢百代，卢牟六合，贯穴古今，笼罩中外，密切联系新闻传播工作的实际，广泛吸收新闻传播学的最新研究成果，高挹遐揽，取精用宏，供新世纪的高等院校新闻传播院系教学使用的系列教材。

上个世纪初以来的100年，是世界新闻传播事业飞速发展的100年。

这100年来，随着科学技术的不断发展，继报纸、期刊、通讯社之后，广播、电视、网络 and 多种新媒体相继问世，新闻传播的媒介日趋多元化，新闻传播的手段日趋现代化，“地球村”变得越来越小，新闻传播事业对世界政治、经济和文化的影响则变得越来越大。

这100年，也是中国新闻事业飞速发展的100年。

其中最近的30年，即中国改革开放以来的30年，发展得尤为迅猛。

据上个世纪末的统计数字，截至上个世纪的最后一年，即1999年，全国已有公开发行的报纸2100种，通讯社2家，广播电台1200座。

<<危机传播管理>>

内容概要

本套丛书涵盖新闻学、传播学两大学科和新闻学、广播电视、广告三个专业。

21世纪已经来临，集聚力量，重新编写出一套体系完整的，能够为新世纪的新闻教育和新闻人才培养服务的新闻传播学的系列教材，已经成为人们的共识。

正是基于这一点，中国人民大学出版社组织编写了这套21世纪新闻传播学系列教材。

编著者都是各教学领域的专家，其中有许多人是相关学科的学术带头人。

收入本系列的教材，有国家级重点教材，有部级重点教材，其他教材也都是经过严格筛选的精品，充分保证了其质量和权威性。

本套教材的特点具体如下： 第一，内容新，涵盖广。

第二，写法新。

第三，作者阵容强大。

总之，这套教材的出版能够较好地满足新时代新闻传播学教学发展的需要。

在宏观上，使学生把握新闻传播学的基本理论，熟悉其整体的框架；在微观上，能够借助教学使学生对新闻传播学的实践业务知识有具体的了解。

<<危机传播管理>>

书籍目录

第一章 危机与危机管理 第一节 危机的定义、特征与类型 第二节 作为战略的危机管理 第三节 危机发展观第二章 危机管理的流派与危机传播 第一节 危机管理的流派 第二节 危机传播机制 第三节 危机中的谣言传播第三章 危机管理组织与危机利益相关者 第一节 危机管理组织 第二节 危机利益相关者 第三节 双赢、价值观及其可性能第四章 危机预警 第一节 从风险管理到危机预警 第二节 危机预警体系 第三节 危机预警的制度条件第五章 危机管理的对话范式——基于“事实—价值”模型（上） 第一节 “二分法”与对话范式 第二节 “事实—价值”模型 第三节 一级路径及其核心概念第六章 危机管理的对话范式——基于“事实—价值”模型（下） 第一节 事实之维：告知路径、疏导路径 第二节 事实之维：转换路径、个案检验 第三节 价值之维：顺应路径、引导路径 第四节 价值之维：重建路径、个案检验第七章 危机议题管理 第一节 议题管理的基本问题 第二节 媒体与议题管理 第三节 意见领袖与议题管理第八章 信息发布与危机修辞 第一节 危机信息发布 第二节 修辞与危机修辞的理念 第三节 危机修辞的策略第九章 危机恢复管理 第一节 危机恢复管理的框架 第二节 形象恢复与机会利用 第三节 危机管理效果评估第十章 危机、文化与对话 第一节 危机与集体记忆 第二节 危机与社会性格 第三节 危机、对话及其可能性参考书目

<<危机传播管理>>

章节摘录

危机管理是一种沟通管理，旨在通过沟通主题的设置、沟通渠道的建设和沟通工具的选择，重建与利益相关者的良性互动关系。

组织的危机管理严格意义上是危机的传播管理，也就是组织在危机发生前、演进中以及发生后的恢复期进行有效的信息沟通，以减少组织的损失。

危机管理是一种行为管理，旨在形成一套集事前预控、事中管理和事后恢复于一体的，行之有效的危机应对机制和行为策略。

从情境、资源、沟通和行为等四个关键词入手界定危机管理，体现了如下三点基本主张：第一，在时间紧迫、充满不确定性的条件下，整合、配置相对匮乏的人、财、物资源，理顺扭曲的沟通系统，采取有效的行动策略，进而改变危机情境，使之恢复常态，是危机管理的核心内容。

第二，改变危机情境是目标，调配相关资源是前提，沟通机制与行为策略是手段，四者勾画了危机管理的体系框架。

第三，情境、资源、沟通、行为四维管理并重，强调危机管理并非应急管理或权宜之计，而是组织整体发展战略的有机组成部分。

美国前国防部长麦克纳马拉提出：“今后的战略可能不复存在，取而代之的将是危机管理。

”我们并不提倡“废战略、挺危机”的发展观，而是强调两者的结合。

纳入危机管理的组织战略，应包含如下两个特质：一是由追求超常规、跨越式的发展观向可持续的发展观转变，确保运营管理的稳定与渐进，避免危机造成大冲击、大衰退；二是由单纯“追求效率”的目标管理模式向“追求效率与防范危机”并重的复合管理模式转变，组织测评的指标亦由单纯的“效率指标”向“效率指标与危机指标”并重的复合指标转变。

无以规矩，不成方圆。

上升到战略层面的危机管理，在观念确立、机制建设和具体实践等方面，都必须坚持一些基本原则。

这些原则划定了危机管理“作为与不作为”的边界。

<<危机传播管理>>

编辑推荐

《危机传播管理:流派、范式与路径》是由中国人民大学出版社出版的。

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>