

<<形象塑造与传播>>

图书基本信息

书名：<<形象塑造与传播>>

13位ISBN编号：9787504830807

10位ISBN编号：7504830801

出版时间：2000-01

出版时间：农村读物出版社

作者：白巍

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>

<<形象塑造与传播>>

书籍目录

目录

出版者的话

前言

学会形象生存

形象

一、如何理解形象

二、形象有什么特点

(一) 内形象和外形象的对立统一

(二) 本真与角色的矛盾统一

(三) 丰富性与单纯性的矛盾统一

(四) 共性与个性的矛盾统一

三、形象评价

(一) 形象评价的目的 实质和内容

(二) 形象评价的标准

形象塑造

一、良好的形象

二、最基本的 道德形象

(一) 自尊尊人

(二) 诚信守约

(三) 宽以待人

(四) 公正清明

三、时代新要求 知识形象

(一) 博学而精约

(二) 科学合理的知识构成

(三) 知识交叉与创新

(四) 知识向实践的转化及有效应用

四、当代重视和强调 能力形象

(一) 思维能力

(二) 心理自控能力

(三) 处理人际关系的能力

(四) 实践能力 表达能力和审美能力

形象妆饰

一、仪容

(一) 仪表要整洁

(二) 学会化妆美容

(三) 色彩造型美容

二、服饰

(一) 服饰的社会性和“TPO”原则

(二) 服装的选择

(三) 辅件配饰

三、表情、体态

(一) 表情

(二) 体态

形象传播

一、形象传播的类型与特点

<<形象塑造与传播>>

- (一) 自身传播
- (二) 传媒传播
- 二、形象传播的作用原理和特点
 - (一) 形象为传播提供的条件和依据
 - (二) 传播作用发生的机制和原理
- 三、形象传播的原则与控制
 - (一) 塑造形象与传播形象的统一
 - (二) 针对公众和相互关系进行形象定位
 - (三) 传播环境、背景
 - (四) 合于法纪, 讲究文明
 - (五) 加强艺术性 创新性和系统性
- 运用大众传播
- 一、印刷媒体
 - (一) 报纸
 - (二) 杂志
 - (三) 图书
 - (四) 其它印刷媒体
- 二、电子媒介
 - (一) 广播
 - (二) 电视
 - (三) 互联网
- 三、其它媒体
 - (一) 焦点广告媒体
 - (二) 户外媒体
 - (三) 交通媒体
- 四、传媒的综合运用
 - (一) 传媒的互补作用
 - (二) 传媒的组合
- 形象传播的多样化
- 一、制造新闻
- 二、娱乐竞赛活动
- 三、赞助活动
 - (一) 实施赞助的目的
 - (二) 赞助原则
 - (三) 赞助方向
 - (四) 需注意的问题
- 四、庆典活动
 - (一) 庆典活动传播的特点
 - (二) 庆典活动传播的要求
 - (三) 注意事项
 - (四) 庆典活动的类型
- 五、社交联谊活动
- 六、新闻发布会、记者招待会
- 七、座谈会
- 八、危机公关活动
 - (一) 弄清危机原因, 积极化解
 - (二) 注意构建公众防护体系

<<形象塑造与传播>>

(三) 危机发生后的对策

<<形象塑造与传播>>

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>