

<<传播学基础知识>>

图书基本信息

书名：<<传播学基础知识>>

13位ISBN编号：9787500526933

10位ISBN编号：7500526938

出版时间：1994-12

出版时间：中国财政经济出版社

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>

<<传播学基础知识>>

书籍目录

第一章 导论

第一节 传播的功能与传播方式

第二节 传播学的产生与发展

第三节 传播学研究的方法

第四节 传播学与其他学科的关系

第二章 传播要素、模式和传播过程

第一节 传播的基本要素

第二节 传播模式

第三节 传播过程

第三章 传播的基本内容

第一节 信息

第二节 符号

第四章 传播的媒介分析

第一节 传播媒介的含义与种类

第二节 印刷媒介

第三节 电子媒介

第五章 传播的受众分析

第一节 受众的特性

第二节 受众的阅听过程

第三节 受众的媒介选择

第六章 人际传播

第一节 人际传播的概念与意义

第二节 人际传播的类型

第三节 影响人际传播的因素

第七章 组织传播

第一节 组织传播的意义

第二节 组织内部团体传播

第三节 组织外部传播

第八章 大众传播制度理论与控制

第一节 社会主义传播制度的理论

第二节 资本主义传播制度的理论

第三节 大众传播的社会控制

第九章 传播的方法与技术

第一节 口头传播的方法与技术

第二节 书面传播的方法与技术

第三节 图像传播的方法与技术

第四节 实物传播的方法与技术

第五节 有效传播的原则

第十章 传播效果分析

第一节 传播效果评估的标准与方法

第二节 影响传播效果的因素分析

第三节 传播与公众舆论

后记

<<传播学基础知识>>

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>