

<<公关语言艺术>>

图书基本信息

书名：<<公关语言艺术>>

13位ISBN编号：9787561414415

10位ISBN编号：7561414412

出版时间：1997-2

出版时间：四川大学出版社

作者：张成行

页数：274

字数：180000

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>

<<公关语言艺术>>

内容概要

本书立足现代社会的发展对语言提出的全新的要求，努力发掘各种公关语言形式的艺术特质，运用现代语言学、传播学、宣传学、社会学、心理学、行为科学、逻辑学、口才学、公共关系学、系统科学、美学及文学、写作学等多学科成果，对公关语言的内容、性质、功能及其有关使用原则进行了比较系统的研究，力图使读者在阅读本书的过程中逐步对公关语言艺术形成正确的理性认识和整体的把握。

本书从公关语言信息的产生、传输、接收的全过程入手，对影响公关语言效果的重要因素进行了逐一剖析，有助于公关人员正确认识公关语言的相关因素，从而有目的、有意识地为提高公关语言的艺术效果创造有利的条件，以取得更加理想的语言效果。

书籍目录

前言第一章 公关语言的艺术性 第一节 公关语言必须具有艺术性 第二节 公关语言的内容 第三节 公关语言的功能和作用 第四节 公关语言的特性第二章 公关语言艺术的基本要求 第一节 满足公关活动的需要 第二节 符合语言规律第三章 公关语言的艺术的基本原则 第一节 明确对象 第二节 以诚立言 第三节 切合语境 第四节 简明得体 第五节 以情动人第四章 公关语言的艺术技巧 第一节 公关语言的要素 第二节 公关语言的艺术技巧第五章 影响公关语言效果的主要因素 第一节 公关人员素质对公关语言效果的影响 第二节 公关对象对公关语言效果的影响 第三节 环境因素对公关语言效果的影响 第四节 信息因素对公关语言效果的影响 第五节 媒介因素对公关语言效果的影响第六章 公关语言的基本功训练 第一节 表达技巧的基本功训练 第二节 公关语言接收能力的培养 第三节 公关活动中的人体语言 第四节 公关人员心理素质与语言表达能力的关系第七章 社交、谈判、推销的语言艺术 第一节 社交的语言艺术 第二节 谈判的语言艺术 第三节 推销的语言艺术第八章 演讲、广告的语言艺术 第一节 演讲的语言艺术 第二节 广告的语言艺术

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>