

<<公关心理学>>

图书基本信息

书名：<<公关心理学>>

13位ISBN编号：9787564900472

10位ISBN编号：7564900474

出版时间：2009-11

出版时间：河南大学出版社

作者：刘亚丽

页数：232

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>

<<公关心理学>>

内容概要

作为长期在教学第一线任教的教师，编者在教学的过程中发现，公关心理学是一门实用性很强的学科，其公共关系理论体系部分比较系统完整，但实用性、操作性却不容易体现出来，特别是公共关系活动和心理学规律的结合比较松散。

如何利用心理学的规律来探讨公共关系？

如何使人们的公关行为更符合心理规律？

如何使公关人员的公关行为更有成效？

如何让学生真正在掌握相关规律的同时学到一些实际操作的技能？

……《新世纪心理学系列教材·公关心理学：基础理论与实务》正是关于研究以上问题的专著。

<<公关心理学>>

书籍目录

前言第一章 绪论第一节 公关心理学的研究对象第二节 公关心理的分类第三节 公关心理学的研究任务第四节 公关心理学的研究原则与方法第二章 公众心理分析第一节 公众及其特征第二节 公众的心理特征第三节 影响公众心理的因素第三章 公众心理的倾向性分析第一节 需要概述第二节 需要的层次理论与公关策略第三节 公众的动机分析第四节 公众的价值观分析第四章 常见公众心理定势与公关策略第一节 公众心理定势概述第二节 公众心理定势的类别第三节 流行的心理定势第五章 影响公众心理的方法第一节 劝导第二节 暗示第三节 感染第六章 公关策划心理与实务第一节 公关策划概述第二节 公关策划的过程第三节 公关策划的创新思路与方法第七章 公关传播心理分析第一节 公关传播概述第二节 公关传播方式及心理分析第三节 公关广告第八章 公关交往心理与实务第一节 公关交往理论第二节 人际交往概述第三节 公关交往的心理策略第四节 公关交往的基本礼仪第九章 组织形象第一节 组织形象概述第二节 塑造组织形象的心理策略第三节 巩固组织形象的心理策略第四节 矫正组织形象的心理策略第十章 公关人员的职业心理素质培养第一节 公关人员的基本素质第二节 公关人员的职业心理素质培养附录一：中国公共关系职业道德准则附录二：中国国际公共关系协会会员行为准则参考文献

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>