

<<传播学概论>>

图书基本信息

书名：<<传播学概论>>

13位ISBN编号：9787811404593

10位ISBN编号：7811404591

出版时间：2012-2

出版时间：浙江工商大学出版社

作者：吴凡 编

页数：220

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>

<<传播学概论>>

内容概要

《传播学概论》共九章。

第一章介绍传播学的兴起、发展与代表人物。

第二章是对传播活动中最基本的要素、类型与模式的介绍。

第三章从传播者的角色、社会制度与传播者施控与被控的角度论述。

第四章从信息、符号与内容分析角度论述传播内容。

第五章论述传播媒介的性质、发展与媒介环境学派的主要观点。

第六章分析传播受众的特点、受众在接受媒介信息时的心理与行为变化以及受众应有的权利。

第七章是传播效果研究，介绍效果研究的类型与进程，阐述传播效果研究中个人与社会影响的最经典的理论。

第八章是传播调查研究方法。

第九章是传播实践应用研究，包括广告传播、公关传播和整合营销传播。

<<传播学概论>>

书籍目录

- 第一章 传播学：兴起、发展与代表人物
 - 第一节 传播学的兴起与发展
 - 第二节 传播学的主要代表人物
 - 第三节 传播的定义与传播学研究的对象
 - 思考题
 - 推荐阅读书目
- 第二章 传播：要素、类型与模式
 - 第一节 传播的基本要素
 - 第二节 传播的主要类型
 - 第三节 传播的主要模式
 - 思考题
 - 推荐阅读书目
- 第三章 传播者：角色、制度与控制
 - 第一节 传播者的概念、任务和权利
 - 第二节 媒介内部的控制理论
 - 第三节 传播制度
 - 第四节 传播控制
 - 思考题
 - 推荐阅读书目
- 第四章 传播内容：信息、符号与内容分析
 - 第一节 信息的概念、分类和功能
 - 第二节 信息社会的特征和现象
 - 第三节 符号的类型、符号与符号交流
 - 第四节 传播内容分析
 - 思考题
 - 推荐阅读书目
- 第五章 传播媒介：性质、发展与创新
 - 第一节 媒介的概念
 - 第二节 传播媒介的历史与发展
 - 第三节 新、旧媒介的特点
 - 第四节 媒介理论
 - 思考题
 - 推荐阅读书目
- 第六章 传播受众：特点、权利与应用
 - 第一节 受众的概念、类型与特点
 - 第二节 受众的权利
 - 第三节 受众心理与行为
 - 第四节 受众研究流变及主要理论
 - 思考题
 - 推荐阅读书目
- 第七章 传播效果：类型、进程与影响
 - 第一节 传播效果研究的概念与类型
 - 第二节 传播效果研究的进程
 - 第三节 传播效果研究的阶段理论
 - 第四节 大众传播的社会效果理论

<<传播学概论>>

思考题

推荐阅读书目

第八章 传播调查研究方法

第一节 传播调查研究的概念、类型与基本过程

第二节 抽样调查法

第三节 问卷调查法

第四节 控制实验法

第五节 内容分析法

思考题

推荐阅读书目

第九章 传播实践研究

第一节 广告传播

第二节 公关传播

第三节 整合营销传播

思考题

推荐阅读书目

参考文献

<<传播学概论>>

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>