

<<公共关系心理指要>>

图书基本信息

书名：<<公共关系心理指要>>

13位ISBN编号：9787501742417

10位ISBN编号：7501742413

出版时间：2002-4

出版时间：中国经济出版社

作者：席宝山 主编

页数：246

字数：210000

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>

<<公共关系心理指要>>

内容概要

为了配合广大学员加深对公关心理学的理解和认识，也为了对公共关系专业的自考学员在学习该课程时有所帮助，我们配合《公共关系心理学》教材编写了这一参考资料，公共关系心理学是一门应用型学科，所以我们在资料中给大家安排了一系列的相关案例，旨在帮助大家在实践中对这一门学问加深认识，全面掌握。

<<公共关系心理指要>>

书籍目录

第一编 公共关系心理学学习指导 第一章 绪论 第一节 公共关系心理学的学科性质 第二节 公共关系心理学的研究对象 第三节 公共关系心理学的研究方法 第四节 公共关系心理学的研究任务 练习题 第二章 组织的心理氛围 第一节 组织心理氛围概述 第二节 组织心理氛围的核心内容 第三节 组织良好心理氛围的营造 练习题 第三章 公众心理概述 第一节 公众与公众心理 第二节 公众的认知过程 第三节 公众的情感过程 第四节 公众的意志过程 练习题 第四章 公众个体心理分析 第一节 公众个体心理概述 第二节 公众个体心理特征 第三节 公众个体行为分析 练习题 第五章 群体公众心理 第一节 公众群体及其分类 第二节 公众群体心理特征 第三节 群体领导心理定势 第四节 群体公众心理定势 练习题 第六章 社会组织形象分析 第一节 社会组织形象概述 第二节 公众印象与组织形象 第三节 影响公众印象形成的心理效应 第四节 印象管理 练习题 第七章 公共关系传播与公众心理 第一节 公共关系传播的要素与模式 第二节 公共关系传播对公众心理的影响 第三节 公共关系传播中的人际交往 练习题 第八章 公共关系传播效果的心理分析 第一节 公众态度分析 第二节 公众态度的测定 第三节 公众逆反心理与行为 练习题 第九章 公关人员的心理素质和能力要求 第一节 公关人员应具备的心理素质 第二节 公关人员应具备的能力 第三节 公关人员在人际交往过程中应消除的心理障碍 练习题 第二编 公共关系心理学复习指要 第一章 绪论 第二章 组织的心理氛围 第三章 公众心理概述 第四章 公众个体心理分析 第五章 群体公众心理 第六章 社会组织形象分析 第七章 公共关系传播与公众心理 第八章 公共关系传播效果的心理分析 第九章 公关人员的心理素质和能力要求 第三编 公共关系心理学学习方法 一、确定目标,态度积极 二、立足教材,多方学习 三、钻研理论,融会贯通 公共关系心理指要 四、联系实际,形成能力 五、归纳内容,从容应试 六、深入研究,不断提高 第四编 公共关系心理学综合练习题 综合练习(一) 综合练习(二) 第五编 公共关系心理学学习参考资料 案例1:气度非凡的福特“生日” 案例2:万宝路香烟广告 案例3:南方黑芝麻糊广告 案例4:台湾“耐斯”系列抗衰老美容化妆品广告 案例5:一张照片后的巨额利润 案例6:宝洁系列洗发用品广告 案例7:小霸王学习机“拍手篇”广告 案例8:孔府家酒广告 案例9:孔府宴酒广告 案例10:红豆衬衫广告 案例11:美孚石油公司开拓中国市场 案例12:日本家电进入中国市场 案例13:波多黎各招商广告 案例14: Intel奔腾处理器广告 案例15:海赛威衬衫广告 案例16:绿巨人豌豆罐头广告 案例17:“苹果”计算机能否战胜IBM 案例18:尤伯罗思经营奥运会出新招 案例19:新加坡航空公司的完善服务 案例20:“二战”中的可口可乐广告 案例21:“精工表”与奥运会 案例22:大众“金龟车”广告 案例23:七喜汽水广告 案例24:速溶咖啡消费者怎么看? 编后语

<<公共关系心理指要>>

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>