第一图书网, tushu007.com

<<应用传播学引论>>

图书基本信息

书名：<<应用传播学引论>>

13位ISBN编号：9787506434188

10位ISBN编号：7506434180

出版时间：2005-8

出版时间：中国纺织出版社

作者：周鸿铎

页数：372

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

内容概要

本书从人类传播业务的总体出发，全面系统地论述了传播者形象与塑造、传播媒介的使用、传播模式的应用、传播效果的判断以及传播活动的经营与管理等应用传播学的核心问题，具有很强的应用性和可操作性。

本书通俗易懂，便于学习，便于运用，可作为高等院校新闻与传播学专业学生的教材，同时是信息产业工作者、理论研究人员、教师的重要参考书。

作者简介

周鸿铎，中国传媒大学教授，博士生导师。
1964年毕业于郑州大学，先后在国家对外联络委员会、北京日报社工作，1982年调入北京广播学院。
现任中国传媒大学传媒经济研究所所长、网络经济研究所所长；兼任“第7届世界传媒经济学术会议”学术指导；享受国务院特殊津贴。
曾先后获北

<<应用传播学引论>>

书籍目录

绪论篇 第一章 应用传播学的形成 第二章 传播者形象与塑造 第三章 传播媒介及其使用 第四章 传播模式的应用 第五章 受传者的心理素质业务篇 第六章 信息的采集 第七章 信息的编辑 第八章 信息的传播 第九章 信息的接收 第十章 信息的反馈媒介篇 第十一章 传播媒介 第十二章 传播媒介的整合 第十三章 传播媒介经营 第十四章 传播媒介机构 第十五章 传播媒介管理方法篇 第十六章 信息传播方法 第十七章 传播效果的测定 第十八章 传播效果的定量分析 第十九章 传播效果的定性分析管理篇 第二十章 传播管理体制注释后记

第一图书网, tushu007.com

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