

<<传播学教程>>

图书基本信息

书名：<<传播学教程>>

13位ISBN编号：9787506821568

10位ISBN编号：7506821567

出版时间：2010-7

出版时间：中国书籍出版社

作者：周鸿铎 编

页数：376

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>

<<传播学教程>>

内容概要

全书共四篇十五章，有很强的知识性，科学地阐述了传播学的基本理论体系，全面系统地分析了传播学的实质、人类传播类型、传播模式和传播技巧，适合传播学、信息学、新闻学、广告学以及相关学科的本科生、研究生使用。

<<传播学教程>>

作者简介

周鸿铎，中国传媒大学传媒经济研究所所长、网络经济研究所所长、国家二级教授、博士生导师。曾先后获“北京市优秀教师”、“北京市社会科学先进工作者”、“北京市教育创新工程标兵”、“传媒经济终身成就奖”、“世界传媒经济特别贡献奖”、“中央三台奖”等称号，享受政府特殊津贴。

<<传播学教程>>

书籍目录

第一篇 传播实质 第一章 传播学的形成与发展第一节 传播学及其形成第二节 人类传播活动的演进第三节 传播学的研究对象第四节 传播学的研究方法 第二章 信息价值第一节 信息及价值形成第二节 信息的升华第三节 信息的积累 第三章 传播要素第一节 传播者第二节 传播媒介第三节 受众 第四章 传播效果第一节 传播效果及其类型第二节 传播效果的形成第三节 传播效果分析 第五章 传播学重要思想来源与主要奠基者第一节 传播学重要思想来源第二节 传播学四大奠基人第三节 传播学集大成者——威尔伯·施拉姆 第二篇 传播类型 第六章 自我传播第一节 自我传播的定义第二节 自我传播的特点第三节 自我传播的条件 第七章 人际传播第一节 人际传播的定义第二节 人际传播的方式第三节 人际传播的特点 第八章 组织传播第一节 组织传播的定义第二节 组织传播的分类第三节 组织传播的特点 第九章 大众传播第一节 大众传播的定义第二节 大众传播的功能第三节 大众传播的特点 第十章 国际传播第一节 国际传播及目的第二节 国际传播的特点第三节 国际传播策略 第三篇 传播模式 第十一章 传播模式概述第一节 传播模式第二节 传播模式的产生第三节 传播模式种类第四节 研究传播模式的意义 第十二章 传播模式的功能、创新与评价第一节 传播模式的功能第二节 传播模式创新第三节 传播模式评价 第四篇 传播技巧 第十三章 大众传播技巧第一节 信息采集技巧第二节 “守门人”的把关技巧第三节 信息传播技巧 第十四章 分众传播技巧第一节 受众定位技巧第二节 信息接受技巧第三节 传播效果测评技巧 第十五章 人际传播技巧第一节 传播环境选择技巧第二节 传播机遇选择技巧第三节 传播语言表达技巧参考文献后记

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>