

<<公共关系心理学>>

图书基本信息

书名：<<公共关系心理学>>

13位ISBN编号：9787509104538

10位ISBN编号：750910453X

出版时间：2006-8

出版时间：人民军医出版社

作者：魏冬云

页数：318

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>

<<公共关系心理学>>

内容概要

《公共关系心理学》以心理学基本理论为指导，紧密结合公关活动中主客体的心理状态，详细介绍了有关公关活动的基本知识和方法技巧。

全书共十一章，包括公关心理学基础理论，公众心理认知、心理特征、心理倾向、心理定势、心理沟通，公关谋略心理、传播心理和公关人员的心理品质培养，以及组织形象、领导者形象和产品形象的心理影响等。

内容丰富，阐述简明，对掌握公关规律和提高公关能力具有重要参考价值，适于公共关系从业人员、应用心理学教学人员和社会各界人士阅读参考，亦可作为大中专学校公共文秘专业教材。

<<公共关系心理学>>

书籍目录

第一章 公关心理学概论第一节 公关心理学的研究对象第二节 公关心理学的研究任务第三节 公关心理学研究的原则和方法第二章 公关心理学基础理论第一节 心理现象第二节 人格心理理论第三节 行为心理理论第四节 异常心理理论第三章 公众心理学认知第一节 对公众个体心理的认知第二节 对公众群体心理的认知第三节 对公众心理变化的认知第四节 克服认知公众心理的障碍第四章 公众的心理特征第一节 公众心理特征概述第二节 公众个体的个性心理特征第三节 公众的角色心理特征第四节 公众的群体心理特征第五章 公众的心理倾向第一节 公众的动机倾向第二节 公众的需要倾向第三节 公众的自我倾向第六章 公众心理定势第一节 心理定势第二节 微观心理定势第三节 流行心理定势与公关策略第七章 公从似理的沟通第一节 公众的信息沟通第二节 公众的意见沟能 第三节 公众的感情沟通第四节 特殊公众的沟通第八章 公关策划与谋略心理第九章 公差传播心理第十章 公关人员心理第十一章 组织形象的心理影响

<<公共关系心理学>>

章节摘录

第一章 公关心理学概论 从1903年美国记者艾维·李 (Ivy Lee, 1877 ~ 1934) 创立世界上第一家“宣传顾问事务所”算起, 公共关系活动 (简称公关活动) 作为人类社会一项独立的实践活动, 已有近百年的历史。

在此基础上, 形成了公共关系 (简称公关) 方面的各种理论和学科。

公关心理学是该学科群中的基础理论学科之一, 它从人的心理角度, 研究公关实践中涉及的心理现象及其规律, 为更有效地进行传播、沟通提供心理学方面的理论与策略指导。

第一节 公关心理学的研究对象 一、公关心理学的定义 公关心理学作为一门独立的学科时间还不长, 至今尚未形成较为一致的定义。

我们可以这样定义: 公关心理学是研究公关实践中主客体特有的心理状态及心理活动规律的科学。

这就是说, 公关心理学属于心理学科, 但又不是一般的心理学科, 而是一门较为特殊的应用心理学, 它专门探讨公关活动这一特定的社会情境中的心理现象及其规律。

社会情境是指与公关主客体直接相关的社会环境, 既包括独立于人的意识之外的客观事物, 也包括人与客观事物在心理上的相互作用。

因此, 有人认为社会情境是指从主体上予以规定和把握的社会环境, 它不是纯客观的, 而是多少加进了主观上的成分, 从主体上予以规定和把握。

社会情境不同, 人的心理反应就不一样。

公关活动, 或是新闻发布、专题活动、宣传、谈判, 或是人际交往、公关调查、突发事件的处理等等, 都构成一种特定的社会情境。

在这些特定社会情境中, 无论是公关人员还是公众, 尤其是公众, 会形成特定的心理活动, 从而对双方的行为产生或多或少、或明或暗的影响。

而阐明这些心理状态及其活动规律, 就是公关心理学的任务所在。

.....

<<公共关系心理学>>

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>