

<<公关语言艺术(第三版)>>

图书基本信息

书名：<<公关语言艺术(第三版)>>

13位ISBN编号：9787560807607

10位ISBN编号：7560807607

出版时间：1989-07

出版时间：同济大学出版社

作者：潘肖珏

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>

<<公关语言艺术(第三版)>>

内容概要

内容提要

公关语言艺术是公共关系中的一个重要分支。

本书从语言角度对

公共关系进行理论和实践两方面的探索。

全书论述了公关语言艺术的理论支点、形式、要义以及主要方法，并分别介绍了社交场合的语言艺术、公众场合的论辩方法、商务场合的谈判技巧和营销场合的促销语言艺术等。

本书注重理论与实践的结合，案例丰富，具有较强的示范性、操作性与实用性。

可供从事公共关系工作的各级各类人员阅读参考，并已被列为高校公关专业教材。

<<公关语言艺术(第三版)>>

书籍目录

目录

序

第三版前言

第一章 作为新兴边缘学科的公关语言学

一、公关语言学的研究对象和任务

二、公关语言学的本质属性是语言学

三、公关语言学的基本特征是交叉性和应用性

注释

思考与讨论

第二章 公关语言学的理论支点

一、传播论 沟通过程理论

二、符号论 沟通媒介理论

三、平衡论 沟通关系理论

注释

思考与讨论

第三章 公关语言的形式

一、有声语言

二、书面语言

三、无声语言

四、类语言

注释

思考与讨论

第四章 公关语言要义一：合乎逻辑轨迹

一、思维和语言

二、公关语言的逻辑思维

三、公关语言艺术的逻辑功能

注释

思考与讨论

第五章 公关语言要义二：深谙受众心理

一、受众认知与态度

二、受众需要与动机

注释

思考与讨论

第六章 公关语言要义三：受制于文化价值观

一、文化的构成

二、语言与跨文化传播

三“文化价值观”对语言的制约

四、跨文化传播中的语言沟通

注释

思考与讨论

第七章 公关语言艺术的主要方法

一、幽默法

二、委婉法

三、模糊法

四、激励法

<<公关语言艺术(第三版)>>

五、暗示法

思考与讨论

第八章 社交场合的语言艺术

一、社交与社交艺术

二、一般社交语言艺术

思考与讨论

第九章 公众场合的演讲方法

一、演讲概述

二、演讲语言艺术

注释

思考与讨论

第十章 公众场合的论辩方法

一、论辩概述

二、论辩语言艺术

三、诡辩的识别和辩驳

注释

思考与讨论

第十一章 商务场合的谈判技巧

一、谈判概述

二、谈判前的准备

三、谈判的基本语言技巧

四、谈判的策略语言技巧

五、跨文化谈判

思考与讨论

第十二章 营销场合的促销语言艺术

一、促销概述

二、人员销售 推销语言艺术

三、非人员销售 广告语言艺术

注释

思考与讨论

<<公关语言艺术(第三版)>>

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>