

<<公关心理学>>

图书基本信息

书名：<<公关心理学>>

13位ISBN编号：9787561409992

10位ISBN编号：7561409990

出版时间：2004-2

出版时间：四川大学出版社

作者：张立行

页数：205

字数：160000

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>

<<公关心理学>>

内容概要

公共关系心理学是一门年轻的科学，它传入我国不久就已经在社会事务中发挥除了重要的作用。

《公关心理学》将公共关系和心理学的内容相结合，为研究公共关系学和心理学的学者开辟了一条全新的路径。

通过本书您将学会对公关心理学有一个初步的认识，为公共关系学的深入研究提供辅助帮助。

<<公关心理学>>

书籍目录

第一章 绪论 第一节 公共关系ABC 第二节 公共关系心理 第三节 公共关系心理学第二章 公众心理分析 第一节 有关公众的论述 第二节 个体公众的心理分析 第三节 公众心理的几个问题第三章 公众心理分析 第一节 组织机构的概述 第二节 组织内部的心理关系 第三节 内部公众的心理因素第四章 组织形象 第一节 组织形象概述 第二节 组织形象的设计与规划第五章 公众的心理定势 第一节 心理定势扫描 第二节 社会心理定势 第三节 公众流行定势现象第六章 消费者行为的心理分析 第一节 消费者行为概述 第二节 消费心理研究 第三节 消费者行为的心理分析第七章 公共关系风格 第一节 有关公共关系网络的概述 第二节 一张赖以生存的网 第三节 公共关系网的开发和利用第八章 广告与宣传 第一节 广告与心理 第二节 宣传与心理第九章 公共关系交往 第一节 人际效往概述 第二节 商业交往 第三节 公共关系交往心里主要参考文献后记

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>