

《全球传媒报告（公共形象与危机管理）》

书籍信息

版次：1

页数：187

字数：238000

印刷时间：2005年12月01日

开本：

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787309048605

内容简介

复杂利益事件中如何塑造政府形象，中国媒体国际传播的障碍与应对策略探讨信息帝国批判，论日本媒体对中报道框架的形成与变迁，维亚康姆中国发展策略研究。

目录

封面专题: 公共形象与危机管理

为形象与声望而战: 试论全球传播时代的政府形象与公共关系战略 董关鹏

复杂利益事件中如何塑造政府形象——由城市改造问题引发的思考 寇佳婵

跨文化语境下的形象修复策略——杜邦“特富龙”事件形象修复话语分析 尹丽娟

史安斌

传媒研究

全球媒介经济学的生态状况与发展趋势——以《媒介经济学杂志》所刊论文为例

邵培仁 张洁

中国媒体国际传播的障碍与应对策略探讨 许正林

异域来风

信息帝国批判 阿兰·奈特 菲利浦·罗伯森

影响媒体内容丰富性的阻碍因素——关于电视制作设备及人员的基础理论研究

罗伯特·G·皮卡特

传播与中国

论日本媒体对中报道框架的形成与变迁 张宁

中国国家利益视角中的日本——《环球时报》如何报道日本 严怡宁

新锐论文

新闻语言与意识形态——从美国期刊对“人民币升值”的报道说起 范红 霍侃

可见与不可见——视觉艺术与文化 周进

国际传媒瞭望

俄媒体政治功能转型对社会稳定的影响 胡逢瑛 吴非

德国广播电视业的发展及其管理模式 丁智勇 陈虹嫣

案例解析

维亚康姆中国发展策略研究 潘霁

日本动漫成功之考察——从民族文化和深刻主题切入 李婧

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www.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)