

《组织传播学：结构与关系的象征性互动》

书籍信息

版次：1

页数：

字数：

印刷时间：2015年07月01日

开本：16开

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787301163955

丛书名：传播学创新系列教程

内容简介

本书分为组织传播的学科理解、组织传播的学派演变、组织传播的理论模式、组织传播的结构力量、组织传播的关系世界、组织传播的团队结构、组织传播的人际关系等部分，详细论述了关于组织传播学的理论和应用，是该领域的高质量教材。

目录

第1章 作为研究领域的组织传播学

第一节 组织与传播

第二节 组织传播学的定义

第三节 组织传播学的研究视角

第四节 组织传播学的理论背景与研究方法

[本章要点回顾]

[本章关键概念]

[对话与思考]

第2章 组织传播学的知识增长

第一节 组织传播学研究历程与学派

第二节 古典学派与组织传播

第三节 人际关系学派与组织传播

第四节 行为科学学派与组织传播

第五节 批判学派与组织传播

第1章 作为研究领域的组织传播学 第一节 组织与传播

第二节 组织传播学的定义 第三节 组织传播学的研究视角 第四节

组织传播学的理论背景与研究方法 [本章要点回顾] [本章关键概念] [对话与思考]

第2章 组织传播学的知识增长 第一节 组织传播学研究历程与学派 第二节 古典学派与组织传播

第三节 人际关系学派与组织传播 第四节 行为科学学派与组织传播 第五节

批判学派与组织传播 [本章要点回顾] [本章关键概念] [对话与思考]

第3章 组织传播的结构理论 第一节 组织结构的一般理论 第二节 组织结构的形成理论 第三节

组织结构的设计理论 第四节 组织结构的传播理论 [本章要点回顾] [本章关键概念]

[对话与思考]

第4章 组织传播的关系理论 第一节 关系问题的一般理论 第二节

组织关系理论 第三节 组织关系分析理论 第四节 组织中的关系传播 [本章要点回顾]

[本章关键概念] [对话与思考]

第5章 组织传播的象征性互动 第一节 象征理论 第二节

互动理论 第三节 象征性互动理论 第四节 组织传播中的象征性互动过程 [本章要点回顾]

[本章关键概念] [对话与思考]

第6章 环境与组织传播 第一节 环境结构理论 第二节

生态环境理论 第三节 文化环境理论 第四节 环境结构的传播思想 [本章要点回顾]

[本章关键概念] [对话与思考]

第7章 群体、团队与组织传播 第一节 群体理论 第二节

团队理论 第三节 群体与团队的传播理论 第四节 团队争论与冲突 [本章要点回顾]

[本章关键概念] [对话与思考]

第8章 信息与组织传播 第一节 对组织信息的多学科理解 第二节 信息与组织传播 第三节 信息与组织决策 第四节 信息与组织变革 [本章要点回顾]

[本章关键概念] [对话与思考]第9章 权力与组织传播 第一节 权力理论 第二节 权威理论
第三节 组织政治与应对策略 第四节 组织传播中的权力影响 [本章要点回顾]
[本章关键概念] [对话与思考]第10章 领导者与组织传播 第一节 一般领导者理论 第二节
超凡魅力型领导者理论 第三节 领导者的传播模式 第四节 领导者的象征性传播理论
[本章要点回顾] [本章关键概念] [对话与思考]参考文献后记
[显示全部信息](#)

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)