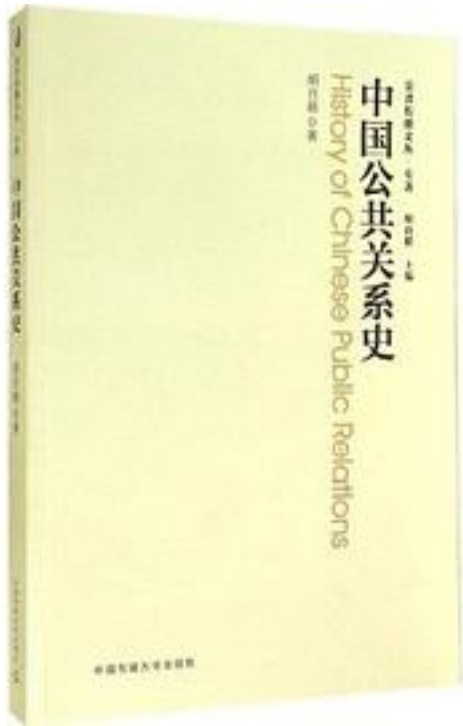


中国公共关系史



[中国公共关系史_下载链接1](#)

著者:胡百精

出版者:中国传媒大学出版社

出版时间:2014-5-1

装帧:平装

isbn:9787565708930

《中国公共关系史》主旨在于记录、梳理中国现代公关自20世纪80年代以来的观念史和实践史，并将之还原至30余年间中国社会史和思想史的语境之中，以考察公关与中国现代性转型的相互建构关系。

作者介绍:

中国人民新闻学院，副教授，博士。美国芝加哥大学社会学系访问学者。主要研究领域为公共传播与社会认同，近年焦点为认同思想史、危机传播、健康传播。

目录: 前言

第一章 先秦修辞思想与中国古代公关史

第二章 “新启蒙”与现代化

第三章 观念引渡和最初的实践

第四章 20世纪80年代的思想遗产

第五章 脱轨与异化

第六章 合法性危机与“正名之旅”

第七章 第二轮“公关潮”

第八章 市场逻辑与功利主义

第九章 中西互镜与中国特色

第十章 世纪末的通途

第十一章 风险社会与危机管理

第十二章 消费文化与认同的悖论

第十三章 新媒体与对话范式

第十四章 全球化与国家公关

第十五章 专业主义与体面事业

附录 主要资料来源与参考文献

• • • • • [\(收起\)](#)

[中国公共关系史_下载链接1](#)

标签

公关

胡百精

中国

传播学

新闻传播

操纵

历史

公关100本

评论

偏理论化的一本公关史，胡老师文笔很好，但是这也总让人觉得他的文章理论性不高，但实际上这是中国公关史方面的顶级代表作。

经济史、学术史作为背景，梳理了公共关系行业的发展。非常不错。

可能处于对公关的热爱吧，读下来竟感动满满，感慨满满，太多想说的，想看的，想学的。回头慢慢一一实践。

课堂分享作业。

一直对有关传播学，经营管理学感兴趣，虽不是公关专业，但也有些兴趣，一看又是胡百精老师的便买来一读，果然没有失望。对公关也有了一些基础的了解，也打破了我以往对公关的一些误解。现代公关与广告结合，传播与营销结合，挺认可。

既不是行业史，也不是理论史，更像一篇注水的论文。除了文笔不错，整体挺失望的。

[中国公共关系史 下载链接1](#)

书评

[中国公共关系史 下载链接1](#)