

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](#)