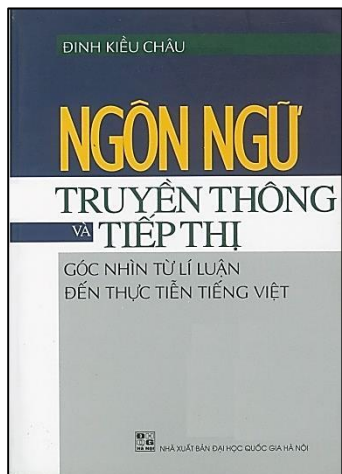




NGÔN NGỮ TRUYỀN THÔNG VÀ TIẾP THỊ - GÓC NHÌN TỪ LÝ LUẬN ĐẾN THỰC TIỄN TIẾNG VIỆT

Tác giả: Đinh Kiều Châu

Nhà xuất bản: Đại học Quốc gia Hà Nội

Nơi xuất bản: Hà Nội

Năm xuất bản: 2016

Môn loại: 302.2

Ở nước ta hiện nay, hoạt động ngôn ngữ và truyền thông ngày càng phát triển với sự giao thoa, đan xen nhất định. Với mong muốn giúp bạn đọc hiểu thêm một số vấn đề ngôn ngữ truyền thông và tiếp thị từ lý luận đến thực tế tiếng Việt trong thời gian gần đây, tác giả Đinh Kiều Châu đã thực hiện cuốn sách “Ngôn ngữ truyền thông và tiếp thị - góc nhìn từ lý luận đến thực tiễn tiếng Việt”.

Cuốn sách tiếp cận ngôn ngữ truyền thông và tiếp thị một cách hệ thống từ góc nhìn của lý thuyết giao tiếp và chức năng tác động, chức năng liên nhân của truyền thông qua

các sản phẩm của truyền thông thương mại (ngôn ngữ quảng cáo và ngôn ngữ thương hiệu) và truyền thông xã hội (thông cáo báo chí và ngôn ngữ truyền thông của các chương trình phát triển cộng đồng).

Cuốn sách gồm 10 chương:

Chương 1. Những khía cạnh lý luận quan yếu về truyền thông

Chương 2. Từ giao tiếp ngôn ngữ đến ngôn ngữ truyền thông

Chương 3. Những cơ sở ngôn ngữ của truyền thông

Chương 4. Ngôn ngữ truyền thông và thay đổi hành vi

Chương 5. Ngôn ngữ truyền thông và tiếp thị

Chương 6. Quảng cáo: Một sản phẩm truyền thông lưỡng diện

Chương 7. Ngôn ngữ với việc thiết kế các thông điệp truyền thông thương mại trong quảng cáo tiếng Việt

Chương 8. Ngôn ngữ và thương hiệu

Chương 9. Dịch vụ thông tin ngôn ngữ thông cáo báo chí - một điển hình trong dịch vụ thông tin ngôn ngữ

Chương 10. Ngôn ngữ truyền thông trong các chương trình phát triển cộng đồng

Trân trọng giới thiệu cuốn sách cùng bạn đọc!

