

Autori: TELEȘPAN, Constantin; SCHINK, Cristina

Titlu: *Informație, comunicare, marketing politic*

Loc: Sibiu

Editură: BURG

An: 2013

Nr. pagini: 271

Din cuprins:

Partea I. Fundamente teoretice ale informației

Capitolul 1. Informația – dimensiune a vieții sociale

Capitolul 2. Informația și rolul ei în comunicare

Partea a II-a. Comunicarea – fundamente teoretice

Capitolul 3. Procesul de comunicare – abordări teoretice

Capitolul 4. Bariere ale comunicării

Capitolul 5. Comunicarea managerială – tipuri și reguli

Capitolul 6. Considerații cu privire la lectură

Partea a III-a. Comunicarea în procesul managerial

Capitolul 7. Comunicarea în cadrul diferitelor stiluri manageriale

Capitolul 8. Comunicarea în luarea deciziilor

Capitolul 9. Comunicarea în managementul schimbărilor

Capitolul 10. Comunicarea în managementul stărilor conflictuale

Capitolul 11. Comunicarea în managementul resurselor umane

Partea a IV-a. Comunicare versus negociere

Capitolul 12. Conceptul de negociere

Capitolul 13. Modelul comunicării în negocieri

Capitolul 14. Convenții specifice unei negocieri

Capitolul 15. Atitudini și comportamente în negocieri

Capitolul 16. Instrumente de manipulare

Capitolul 17. Rolul negocierii în afaceri

Capitolul 18. Pregătirea negocierii comerciale

Capitolul 19. Organizarea negocierii comerciale

Capitolul 20. Etapele negocierii comerciale

Capitolul 21. Participanții la negocierea comercială

Capitolul 22. Strategii, tehnici și tactici de negociere

Capitolul 23. Noțiuni de protocol în afaceri

Partea a V-a. Marketingul politic – teorii și concepte

Capitolul 24. Comunicarea politică și marketingul electoral

Capitolul 25. Comunicarea nonverbală în marketingul electoral

Capitolul 26. Studiu comparativ al comunicării nonverbale în discursul politic electoral