

INHOUDSOPGAVE

BLZ

HOOFDSTUK	1	COMMUNICATIEPROCES	11
	1.1.	Inleiding	11
	1.2.	Communicatie	11
	1.3.	Directe en indirecte communicatie	16
	1.4.	Persoonlijke communicatie	17
	1.5.	Ruis	19
	1.6.	Massacommunicatie	20
	1.7.	Selectieprocessen	21
	1.8.	Begrippen	22
	1.9.	Case	24
HOOFDSTUK	2	COMMUNICATIEMODELLEN	25
	2.1.	Inleiding	25
	2.2.	AIDA-formule	25
	2.3.	Modellen	26
	2.4.	Begrippen	33
	2.5.	Case	34
HOOFDSTUK	3	STRATEGISCHE OPTIES VOOR HET COMMUNICATIEBELEID	35
	3.1.	Inleiding	35
	3.2.	Visie en missie	35
	3.3.	Cultuur	37
	3.4.	Ondernemingsplan	39
	3.5.	Leiderschapsstijlen	41
	3.6.	Core business en core competence	42
	3.7.	Marketingcommunicatieplan	45
	3.8.	Begrippen	76
	3.9.	Case	78
HOOFDSTUK	4	COMMUNICATIEDOMEINEN EN TOEPASSINGSGBIEDEN	79
	4.1.	Inleiding	79
	4.2.	Corporate communicatie of concern communicatie	79
	4.3.	Internationale en interculturele communicatie	84
	4.4.	Public relations	85
	4.5.	Voorlichting	90
	4.6.	Bijeenkomsten	92
	4.7.	De pers	92
	4.8.	Interne communicatie	95
	4.9.	Externe communicatie	108
	4.10.	Begrippen	115
	4.11.	Case	117
HOOFDSTUK	5	VAN PROBLEEMSTELLING NAAR ADVIES	119
	5.1.	Inleiding	119
	5.2.	Probleemstelling en onderzoek	119
	5.3.	Advies	121