

<<手机媒体概论>>

图书基本信息

书名：<<手机媒体概论>>

13位ISBN编号：9787300160061

10位ISBN编号：7300160069

出版时间：2012-7

出版时间：中国人民大学出版社

作者：匡文波

页数：327

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<手机媒体概论>>

内容概要

《21世纪新媒体专业系列教材：手机媒体概论（第2版）》对手机媒体进行了全面的最新研究。

《21世纪新媒体专业系列教材：手机媒体概论（第2版）》将手机定义为具有通信功能的迷你型电脑，认为手机媒体是借助手机进行信息传播的工具，是网络媒体的延伸。

《21世纪新媒体专业系列教材：手机媒体概论（第2版）》首先在概说部分介绍了手机媒体的概念、特点，手机媒体研究的理论模型等；接着分章探讨手机媒体的类型，包括：手机短信、手机报、手机出版、手机电视、移动博客；之后论述手机媒体的赢利模式，主要分析手机广告、各种移动增值服务；讲解手机媒体管理，着重分析手机媒体带来的负效应，提出相应的管理对策；最后展望了手机媒体的未来。

<<手机媒体概论>>

作者简介

匡文波，中国人民大学新闻学院教授、博士生导师，是圈内最早从事新媒体研究和教学的学者之一。

研究生先后毕业于中山大学和武汉大学，分别获理学硕士和管理学博士学位。

先后在日本东京电通、美国硅谷做研修与高级访问学者。

入选2007年教育部新世纪优秀人才支持计划。

在国内外重要学术刊物上发表论文180余篇，并且出版专著十余种。

<<手机媒体概论>>

书籍目录

第1章 手机媒体概说第1节 手机的诞生与发展第2节 手机由人际沟通工具向大众媒体的跨越第3节 3G使手机媒体走向成熟第2章 手机媒体：新闻学和传播学研究的新领域第1节 手机媒体的特征第2节 手机媒体与新闻传播第3节 手机传播带来的冲击第4节 手机用户研究第5节 拍摄手机对新闻传播的影响第6节 手机媒体研究的理论模型第3章 手机中的人际传播--手机短信第1节 手机短信与人际传播第2节 手机短信的利弊分析第3节 手机短信的传播特征第4节 彩信MMS第4章 手机报第1节 中国手机报的发展第2节 中国手机报发展策略第5章 手机出版第1节 手机出版概述第2节 手机出版的发展第6章 手机电视第1节 手机电视：直观性、交互性的便携媒体第2节 国外手机电视的发展第3节 中国手机电视的发展第7章 移动博客第1节 手机博客的特性第2节 手机博客新闻第8章 手机广告第1节 手机广告是网络广告的一种特殊类型第2节 手机广告的发展第3节 手机广告的未来发展第9章 移动增值服务第1节 手机游戏第2节 手机动漫第3节 手机音乐第4节 移动商务第5节 移动搜索：蕴涵着金矿第6节 移动条码识别业务第10章 手机媒体引发的问题第1节 手机信息传播中的问题分析第2节 手机功能多样化引发的侵犯隐私权问题第3节 手机病毒第4节 手机带来的人身安全问题--电池爆炸第5节 手机带来的环境保护问题第6节 形形色色的手机媒体新难题第11章 手机媒体的管理第1节 手机媒体管理的特殊性第2节 我国手机媒体管理的现状及问题第3节 发达国家对手机媒体管理的政策和法律第4节 加强对手机媒体管理的对策第12章 手机媒体的未来第1节 3G时代发达国家手机媒体的发展第2节 中国手机媒体的最新发展第3节 手机媒体的发展趋势参考文献

<<手机媒体概论>>

编辑推荐

《21世纪新媒体专业系列教材：手机媒体概论（第2版）》是国内第一部系统研究手机媒体的教材，新版反映了国内外手机媒体研究的最新成果，结构清晰，观点新颖，逻辑严谨，叙述平实，将艰涩的技术语言用浅显的语言娓娓道来。

对手机媒体研究的理论模型做了重点介绍“案例”与“知识窗”提供丰富的背景知识，“你怎么看？”引导读者与作者对话，引发读者更深层面的思考。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>