

<<传媒经济与管理学导论>>

图书基本信息

书名：<<传媒经济与管理学导论>>

13位ISBN编号：9787302220855

10位ISBN编号：7302220859

出版时间：2010-9

出版时间：清华大学

作者：阿兰·B.阿尔瓦兰 编

页数：648

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>

<<传媒经济与管理学导论>>

前言

<<传媒经济与管理学导论>>

内容概要

这本书对传媒经济与管理研究的意义，与当年伊契尔·卜（Ithiel de Sola Pool）所编写《传播学手册》（?Handbook of Communications）?颇为相似。

这本手册出版于1974年。

其时，传播学的学科建构尚未完善，其地位同样颇存争议。

伊契尔·卜的经典之作则将传播学的基础文献进行了必要的整合，从而为学科的发展注入了信心。

在人类社会发展的长河中，大众传媒的性质一直具有多面性和多重性。

既可以作为社会公器，又可以作为统治阶级的统治工具；既是文化与文明传承的载体，又是可以经营和盈利的大产业。

在西方学者眼中，大众传媒以古登堡发明活字印刷为标志，它伴随印刷书籍而来，并在19世纪随着书籍、期刊和报纸的日渐繁荣而走向成熟。

第二次世界大战后，西方国家的大众传媒的产业化发展非常迅速，传媒业已经成长为一个巨大的全球性产业。

美国有目前世界上规模最大的传媒产业，其私有化程度很高；欧洲国家的大众传媒则还保有一定程度的公有化。

<<传媒经济与管理学导论>>

作者简介

译者：崔保国 杭敏 徐佳 等 编者：（美国）阿兰·B.阿尔瓦兰（Albarran.A.B.）

<<传媒经济与管理学导论>>

书籍目录

第一部分 传媒经济与管理学的理论探索1 第一章 传媒管理研究的历史趋势与模式3 第二章 传媒经济学的历史趋势和研究模式22 第三章 传媒管理研究的理论范式36 第四章 现代经济学和传媒经济学的范式与分析框架64 第五章 政策和制度对传媒管理的影响87 第二部分 传媒经济与管理学研究的具体问题107 第六章 人际关系管理问题109 第七章 财务管理问题138 第八章 战略管理问题153 第九章 媒介产品管理问题171 第十章 跨国传媒管理问题191 第十一章 市场营销与品牌塑造问题216 第十二章 传媒管理与技术237 第十三章 媒介管理和公共利益258 第十四章 特定传媒行业的管理问题277 第十五章 市场结构的问题304 第十六章 媒介竞争及其分析层次323 第十七章 媒介整合的经济学分析340 第十八章 传媒节目经济学364 第十九章 网络/渠道经济学问题393 第二十章 媒介融合问题417 第二十一章 媒介全球化议题435 第二十二章 传播政治经济学的研究课题462 传媒经济与管理学导论 目录 第三部分 传媒经济与管理学的分析工具489 第二十三章 传媒管理学与传媒经济学中的定量研究方法491 第二十四章 传媒管理与经济学研究的方法路径518 第二十五章 传媒经济与管理中的定性研究536 第二十六章 传媒公司财务与价值评估562 第二十七章 受众研究与分析581 第四部分 传媒经济与管理学的未来方向595 第二十八章 二十一世纪传媒管理研究趋势597 第二十九章 传媒经济研究的未来方向614 第三十章 全球传媒经济与管理学635

<<传媒经济与管理学导论>>

章节摘录

插图：传媒经济学是一门研究经济和金融压力如何影响各种传播活动、体系、组织和企业的学科，包括媒介和电信两个方面。

自20世纪70年代以来，这一领域发生了巨大的发展，它建构在多种经济理论和分析方法之上，其深度和广度都大大超出了任何对它不熟悉的人的想象。

在这一章中，我们将回顾传媒经济学领域的发展历程、独特的研究方法、检验手段以及研究重心的不断变化。

从学术意义上来说，并不存在传媒经济学这一概念，因为这将意味着适用于传媒的经济规则与理论和其他实体不同。

传媒经济学是经济规则与理论在传媒产业和传媒公司中的特殊应用，显示了经济、制度和金融压力对媒介活动的指导和约束，以及对媒介市场动态的影响。

传媒经济学不仅只关注基于市场的活动，它以个人、企业、产业及社会层面的资源利用及其收益最大化的研究为基础，提供了检验传媒企业内部工作方式的手段，同时进一步提供方法以便对决策和资源利用如何影响更广泛的观念——比如顾客利益和社会利益——进行研究。

传媒经济学分析方法不仅能够用来理解自由、开放的市场，也能为其他市场条件下的媒介活动提供见解，包括那些在封闭系统中运行的市场和存在着管制与国家扶持的市场。

传媒经济学研究一直关注着经济和金融力量如何影响社会中的媒体和传媒企业。

它以对媒介行为和运作方式的研究为重点，探究经济与金融力量的结构类型和内容，考察这些要素在文化、政治及社会整体中的涵义，并揭示传媒在经济和社会发展中所扮演的角色。

该领域的研究者们均享有这样的共识，那就是，对金融和经济的关注是理解传播体系与传媒企业及制定与传播相关的公共政策的重中之重。

<<传媒经济与管理学导论>>

编辑推荐

《传媒经济与管理学导论》：新闻与传播系列教材·翻译版

<<传媒经济与管理学导论>>

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>