

<<媒介内容策划与运营>>

图书基本信息

书名：<<媒介内容策划与运营>>

13位ISBN编号：9787302248385

10位ISBN编号：7302248389

出版时间：2011-3

出版时间：清华大学出版社

作者：（美）依斯特曼，（美）费格斯 著，刘涛，何艳，张海华 译

页数：529

字数：704000

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>

## <<媒介内容策划与运营>>

### 内容概要

本书聚焦于美国媒介策划与运营格局中的“内容”世界，核心探讨媒介节目（包括电子媒体节目、在线节目和新媒体节目）的选择、编排、推广和评价）机制。

全书分为四部分，共12章，每一章都由相关领域非常权威的知名专家负责撰写。

具体来说，第一部分核心探讨媒介策划与运营的基本理论与框架模型、受众接受行为（如观看、收听、点击）及其测量方式、以及国内/国际辛迪加营销网络的市场竞争策略；第二部分重点分析全国无线电视网（黄金时段和非黄金时段）、商业电视台和公共电视台的节目策划与运营机制；第三部分核心探讨有线系统、电信系统、卫星系统以及在线视频系统的节目策划与运营机制；第四部分重点讨论音乐广播和资讯广播的节目策划与运营机制。

## <<媒介内容策划与运营>>

### 书籍目录

#### 第一部分：媒介内容策划与运营的资源及法则

##### 第1章：节目策划与运营战略的模型与框架

什么是节目策划与运营

法则的诱惑

结构框架的考虑

节目策划与运营的要害

节目策划与运营的模型

节目策划与运营的外部影响因素

展望未来

参考文献

##### 第2章 节目与受众研究

节目策划与运营人员的决策信息

节目测试

定性的受众研究

视听率服务

视听率术语和测量计算

电视市场报告与其他节目测量途径

广播报告

有线电视收视率

在线研究

视听率的局限性

未来的挑战

参考文献

##### 第3章 国内与国际辛迪加运营

辛迪加产业链

节目购买

收视率咨询

决策过程

计算利润潜力

支付

有线电视与辛迪加

国际媒介市场

辛迪加的未来

参考文献

#### 第二部分 无线电视的节目策划与运营战略

##### 第4章 电视网黄金时段娱乐节目的策划与运营

丑闻

垂直整合

目标受众

黄金时段的收视率

黄金时段的节目编排实践

节目续约

新节目的选择

节目推广的角色

重要节目形态的变化

## <<媒介内容策划与运营>>

电视网的决策

展望未来：风险与回报

参考文献

第5章 电视网非黄金时段节目的策划与运营

黄金时段之外的时段安排

节目编排战略

体育节目

日间肥皂剧和游戏节目

工作日新闻与信息节目

周末新闻和信息节目

儿童节目的策划与运营

谈话节目

周末午夜娱乐节目

合并的效果

参考文献

.....

第三部分 有线、卫星和在线节目的运营战略

第四部分 广播节目的策划与运营

译后记

译者简介

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>