

<<中国传媒产业概论>>

图书基本信息

书名：<<中国传媒产业概论>>

13位ISBN编号：9787313047984

10位ISBN编号：7313047983

出版时间：2007-7

出版时间：上海交大

作者：谢金文

页数：187

字数：231000

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>

<<中国传媒产业概论>>

内容概要

本书系统地介绍和探讨我国传媒产业的基本理论、运作实践和发展问题。
内容包括：传媒产品、机构、集团、市场、消费、效益，数字化、全球化的挑战和机遇等。
相信能给传媒业人士和管理、研究者，提供思想理论支持和实践参考，也可用于教学。

<<中国传媒产业概论>>

书籍目录

绪论 科学地把握中国传媒产业 第一节 产业化发展与企业化转制 第二节 体制突破与党管媒体
第三节 科学地看待大众传媒 第四节 尊重传媒的特定规律第一章 基本概念和状况 第一节 基
本概念 第二节 中国传媒产业的分类和总量 第三节 中国传媒的产业化发展 第四节 中国传媒
业面临的挑战和机遇 第二章 媒介产品 第一节 媒介产品的特点 第二节 大众媒介的属性 第
三节 大众媒介的私人物品性 第四节 大众媒介的提供方式 第五节 提高媒介的吸引力第三章
中国传媒机构 第一节 事业单位 企业化管理 第二节 事业性传媒与经营性传媒 第三节 社会
效益与经济效益 第四节 提高传媒的竞争力第四章 中国传媒集团 第一节 规模化与集团化 第
二节 集团的结构 第三节 集团的组建 第四节 集团的发展第五章 中国传媒市场 第一节 市
场特点、结构和功能 第二节 市场机制 第三节 市场发展 第四节 市场化运作 第五节 市场
调控第六章 中国传媒消费 第一节 受众的消费 第二节 广告消费 第七章 优化传媒产业环境
第一节 优化政法环境 第二节 优化生产要素环境和市场环境 第三节 优化受众环境第八章
优化传媒产业主体——传媒机构 第一节 优化体制 第二节 优化管理, 形成良好机制 第三节 优
化机构和行为 第四节 北青传媒个案 第五节 提高传媒公民和媒介人的职业素养第九章 数字化
与中国传媒业第十章 全球化与中国传媒业后记

<<中国传媒产业概论>>

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>