

## <<数字媒体资产管理理论与应用>>

### 图书基本信息

书名：<<数字媒体资产管理理论与应用>>

13位ISBN编号：9787504367617

10位ISBN编号：7504367613

出版时间：2013-2

出版时间：中国广播电视出版社

作者：宋培义

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>

## <<数字媒体资产管理理论与应用>>

### 内容概要

《数字媒体资产管理理论与应用》具体包括以下几方面的内容：数字媒体资产管理的存储技术、数字媒体资产的编目与检索技术、数字媒体资产管理的应用模式、基于数字媒体资产的管理与业务模式、数字媒体资产的版权管理与保护、数字媒体资产的增值开发方法、数字媒体资产的价值评价方法及定价策略、基于数字媒体资产管理与开发的商业运营模式等。

## <<数字媒体资产管理理论与应用>>

### 作者简介

宋培义，中国传媒大学经济与管理学院教授，博士生导师。

曾二次公派出国，在美国的伍斯特理工学院及华盛顿大学商学院作访问学者。

主要研究领域：数字媒体资产管理、网络经济与新媒体商业模式、制片管理等，特别是对数字媒体资产管理有深入的研究，并取得了一系列成果。

现兼任中国传媒大学经济与管理学院教授委员会主任，中国电视制片委员会理论研究部主任。

近年来，出版了《数字媒体资产管理》、《媒体组织战略管理》、《文化产业经营管理成功案例解读》、《网络化企业运营与管理》、《影视剧制片管理》、《媒体经营与管理研究》等著作和教材20多部，在相关期刊和国际会议上发表学术论文50余篇；作为项目负责人和主要参加者，完成部级项目4项，校级项目8项，横向课题5项，并有多项成果获国家广电总局和中国传媒大学科研成果奖。

目前承担国家社科基金、教育部人文社科基金等多项课题的研究。

## 书籍目录

第1章概论 1.1数字媒体资产管理的起源与发展 1.1.1数字媒体资产管理的起源 1.1.2国外的发展及研究状况 1.1.3国内的发展及研究状况 1.2数字媒体资产管理的概念 1.2.1数字媒体资产管理的相关定义 1.2.2数字媒体资产管理的关键技术环节 1.2.3数字媒体资产管理的元数据 1.2.4数字媒体资产管理的应用模式 1.3媒体资产管理系统的业务流程 1.3.1基本业务流程 1.3.2基本业务流程的主要环节描述 1.4本章小结 第2章数字媒体资产的存储技术 2.1数字媒体资产的存储介质 2.1.1硬盘存储模式 2.1.2光盘存储模式 2.1.3数据流磁带存储模式 2.2数字媒体资产的存储格式 2.2.1压缩编码技术 2.2.2压缩标准的比较与分析 2.2.3行业应用建议 2.3数字媒体资产的分级存储策略 2.3.1分级存储的概念 2.3.2分级存储的网络结构原理 2.4数字媒体资产存储系统设计原则 2.4.1存储系统设计的基本原则 2.4.2不同存储技术相结合的原则 2.5本章小结 第3章数字媒体资产的编目与检索 3.1数字媒体资产的编目技术 3.1.1编目标准 3.1.2与编目相关的概念和术语 3.1.3编目系统的业务流程 3.1.4编目系统的描述 3.1.5编目工作方式 3.2数字媒体资产的检索技术 3.2.1检索系统的流程 3.2.2检索系统的功能要求 3.2.3检索方式 3.2.4基于内容的视频检索技术 3.3本章小结 第4章数字媒体资产管理的应用模式 4.1媒体资产管理系统基本工作流程 4.1.1数据生产 4.1.2数据再利用 4.1.3基于工作流的全流程管理 4.2数字媒体资产管理业务流程与应用体系架构 4.2.1数字媒体资产管理的业务流程分析 4.2.2数字媒体资产管理应用体系架构 4.3数字媒体资产管理在电视节目生产中的应用 4.3.1与电视节目生产相关的应用分析 4.3.2对媒体资产管理的需求分析 4.4媒体资产管理系统与其他系统的互联互通 4.4.1系统互联互通的设计原则 4.4.2系统连接的平台要求 4.4.3系统之间的交互关系 4.4.4多系统交互的解决模式 4.5数字媒体资产管理的生态系统 4.5.1生态系统的概念 4.5.2数字媒体资产管理生态系统的目标 4.5.3数字媒体资产管理生态系统的结构 4.5.4生态系统实现的技术问题 4.5.5数字媒体资产管理生态系统的绩效评价 4.6本章小结 第5章基于数字媒体资产的管理与业务模式 5.1数字媒体资产管理整合的经济性 5.1.1数字媒体资产管理整合的效应 5.1.2数字媒体资产管理整合的规模经济性 5.1.3数字媒体资产管理整合的范围经济性 5.1.4数字媒体资产管理整合的聚集经济性 5.1.5数字媒体资产管理整合的速度经济性 5.2数字媒体资产内容服务的设计原理 5.2.1以有效性和可用性为起点原理 5.2.2数字媒体资产内容服务的设计要素 5.3基于数字资产管理的电视媒体业务与组织重构 5.3.1电视媒体信息化和数字化过程 5.3.2基于数字资产管理的电视媒体核心业务过程 5.3.3基于数字资产管理的电视媒体组织结构重构 5.3.4基于数字资产管理的电视媒体竞争力模型 5.4数字媒体资产的开发模式与策略 5.4.1媒体资产管理系统与媒体业务的关系 5.4.2数字媒体资产的开发模式 5.4.3数字媒体资产的开发策略 5.5数字媒体资产的风险管理 5.5.1风险的影响因素 5.5.2数字媒体资产自身的风险管理 5.5.3数字媒体资产经营层面的风险管理 5.6本章小结 第6章数字媒体资产的版权管理与保护 6.1数字版权管理的一般问题 6.1.1版权管理与知识产权 6.1.2数字版权保护 6.1.3数字版权管理系统模型 6.2数字内容的所有权管理 6.2.1数字所有权管理的含义 6.2.2数字内容的所有权管理与服务 6.3数字媒体资产的版权保护技术 6.3.1数字媒体资产的版权管理系统 6.3.2数字媒体资产的水印保护技术 6.3.3数字版权管理的有关技术标准 6.4本章小结 第7章数字媒体资产的增值开发方法 7.1数字媒体资产增值开发的拆解原理 7.1.1拆解的概念与意义 7.1.2拆解的基本原理 7.1.3基于粗糙集理论的粒度分析和数据挖掘 7.1.4拆解的评定标准 7.2数字媒体资产增值开发的组合原理 7.2.1内容聚集与产品服务 7.2.2组合模型 7.2.3组合的评定标准 7.3拆解与组合开发方法的应用前景 7.4本章小结 第8章数字媒体资产的价值评价 8.1数字媒体资产的价值评价系统 8.1.1数字媒体资产的特性分析 8.1.2价值评价的系统模型 8.1.3价值评价的概念表达式 8.1.4价值评价概念表达式的扩展 8.2数字媒体资产价值的模糊综合评价方法 8.2.1模糊综合评价的实现方法 8.2.2用例研究 8.3数字媒体资产价值的层次分析评价方法 8.3.1层次分析评价法的原理与实现过程 8.3.2数字媒体资产价值层次分析法的用例研究 8.3.3基于层次分析法的人工神经网络模型评价方法 8.4利用粗糙集理论进行评价指标筛选和权重确定 8.5本章小结 第9章数字媒体资产管理与开发的商业运营 9.1媒体组织现存的盈利模式 9.1.1盈利模式描述 9.1.2盈利模式分析 9.2电视媒体的业务拓展与数字资产管理 9.2.1电视媒体的业务拓展方向 9.2.2数字资产管理对媒体组织商业运营模式的支持 9.3数字媒体资产的价值管理 9.3.1数字媒体资产的价值管理过程 9.3.2数字媒体资产的价值特性 9.3.3数字媒体资产的价值管理结构 9.4数字媒体内容产品的定价方法与策略 9.4.1数字媒体内容产品的定价方法 9.4.2数字媒体内容产品的定价策略 9.4.3面向网络营销的渗透定价策略 9.4.4案例：乐视网的营销策略分析 9.5基于数字资产管理的媒体内容

<<数字媒体资产管理理论与应用>>

产业价值链 9.5.1 媒体组织的价值链分析 9.5.2 电视内容产业价值链的构建 9.6 数字媒体内容产品交易平台的  
双边市场定价策略 9.6.1 数字媒体内容产品交易平台的双边市场基本结构 9.6.2 数字媒体内容产品交  
易平台的双边市场特征 9.6.3 数字媒体内容产品交易平台定价的影响因素分析 9.6.4 双边交易平台不同发  
展阶段的定价策略 9.7 本章小结 第10章 数字媒体资产管理及开发应用问与答 (Q&A) 参考文献

章节摘录

版权页：插图：数字媒体资产开发的基本策略是要对内容资产进行分类，在分类的基础上对资产进行模块化处理，然后按模块进行组织开发。

这样既能节省时间、降低成本，又能很快测量出所采用的方法是否有效。

按照这种指导思想，我们可以对不同类型的数字媒体资产采取相应的方法进行开发。

例如对电视剧、电影类的节目，经过一次宏观分类、模块化后，便可通过经典影视剧或获奖影视剧的重播来发挥其二次、三次、甚至多次播出的价值，这便是最为简单意义上的开发方法。

再进一步来说，可以对与某一主题栏目相关的资料进行剪切、拆解，然后再按新的策划方案进行重新组合制作，以形成新的电视栏目需要的节目或素材。

举一个有市场开发前景的例子——微视频内容，它正成为新媒体播放平台关注的一个热点，具有较为广阔的发展空间。

所谓微视频是指短则30秒，长则不超过20分钟，内容广泛，视频形态多样，涵盖小电影、纪录短片、视频剪辑、DV短片、广告片段等，可通过互联网、手机、移动电视等新媒体平台播放的视频短片的统称。

微视频内容之所以有市场发展前景，就因为广大用户对微视频内容具有切实的需求，智能手机、平板电脑等智能移动终端销量不断扩大，提升用户群体对短时间视频内容获取的需求，符合现代社会快节奏生活方式下的网络观看习惯和移动终端特色。

因此，对于拥有丰富数字内容资产的媒体组织而言，面向新媒体运营商开发微视频内容将是其提升经营价值的重要途径之一。

数字媒体资产的开发必须研究内容市场的空白点，在此基础上有创意地开发生产传统媒体和新媒体市场需要的内容产品。

美国一家领先的电视网为了提出新的产品创意，展开了广泛的调研，目的是了解各个不同时段分别有哪些受众群体没有被充分服务，最终据此生产有针对性的节目产品。

例如，该电视网发现了与这些没有被充分服务的电视观众相关的话题，如信息、纪录片和家庭节目等，通过开发不同时段、满足不同受众群体的有竞争力的内容，该电视网最终实现了观众份额的提升。

因此，开展关于媒体的市场调研，比其他任何行业都更需要谨慎、经验和心理考量。

归纳起来，为了实现产业化运营，数字媒体资产的基本开发策略应包括以下几方面：（1）对媒体组织中的内容及素材进行有效的整合、分类归档。

目前许多电视台正在通过媒体资产管理系统将传统的模拟磁带转化为数字资产，并进行分类、编目等处理，从而实现了媒体内容资产的整合。

（2）数字媒体资产管理者要有对开发项目的完全控制权。

就是说，没有版权的数字内容是不具有使用和开发价值的，媒体组织必须对其拥有的数字内容拥有完整的版权，并有一批专业人员能进行开发制作及面向市场的销售。

## <<数字媒体资产管理理论与应用>>

### 编辑推荐

《数字媒体资产管理理论与应用》可供信息管理与信息系统、工商管理、管理科学与工程等专业的高年级本科生和研究生作为参考教材，也特别适合从事数字媒体资产管理与开发应用的广播电视等媒体的相关人员参考。

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>