

<<传媒经济理论>>

图书基本信息

书名：<<传媒经济理论>>

13位ISBN编号：9787506299015

10位ISBN编号：7506299011

出版时间：2008-9

出版时间：世界图书出版公司

作者：周鸿铎

页数：312

字数：360000

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>

<<传媒经济理论>>

内容概要

本书在全面分析中国特色传媒经济理论体系、传媒经济应用理论体系、传媒市场营销理论体系的基础上，深入分析了传媒二重性、传媒模式、传媒流通、传媒革命；传媒经营、传媒管理、传媒策划、传媒控制；传媒市场、传媒主体市场、传媒市场营销等理论，具有很强的实操性，是传媒人、传媒经济研究者和教师以及新闻与传播学专业研究生的必读书。

<<传媒经济理论>>

作者简介

周鸿铎，中国传媒大学传媒经济研究所所长，网络经济研究所所长，国家二级教授，博士生导师。1964年毕业于郑州大学，先后在国家对外联络委员会、北京日报社工作，1982年调入中国传媒大学（原北京广播学院）任教。

曾担任社会科学系、管理系主任；兼任“第7届世界传媒经济学术会

<<传媒经济理论>>

书籍目录

第一篇 基础理论 第一章 传媒二重性 传媒经济说 传媒政治说 传媒功能说 跋文 第二章 传媒模式 传媒经济模式 传媒市场模式 传媒经营模式 传媒投资模式 传媒机构模式 跋文 第三章 传媒流通 传媒产品 传媒销售 传媒效益 跋文 第四章 传媒革命 传媒社会 传媒革命 传媒制度 跋文第二篇 经营与管理 第五章 传媒经营 传媒经营 传媒经营模式 传媒生产经营 传媒组织经营 传媒财务经营 传媒资本经营 传媒资源经营 跋文 第六章 传媒管理 传媒管理 传媒管理机构 传媒组织管理 传媒生产管理 传媒用户管理 传媒市场管理 跋文 第七章 传媒策划 传媒策划 传媒市场策划 传媒活动策划 传媒行为策划 传媒产业链策划 跋文 第八章 传媒控制 传媒控制 传媒经济控制 跋文第三篇 市场营销 第九章 传媒市场 第十章 传媒主体市场 第十一章 传媒市场营销 第十二章 小结作者主要著作后记

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>