

<<经济传播学总论>>

图书基本信息

书名：<<经济传播学总论>>

13位ISBN编号：9787506434201

10位ISBN编号：7506434202

出版时间：2005-8

出版时间：中国纺织出版社

作者：周鸿铎

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>

<<经济传播学总论>>

内容概要

经济传播学是应用传播学核心子学科之一，它从经济传播的内容入手，详细分析了经济传播的产生、本质及其策略，同时对经济传播的设置、经济传播者的素质、经济传播模式、经济传播制度、经济传播的趋势等都进行具体分析，特别是对经济传播对象——受传者如何接受信息和使用信息进行了理论和操作技巧的具体描述，具有很强的可操作性。

本书可作为高等院校新闻与传播学专业学生的教材，同时也是本学科研究人员和教师以及经营者的重要参考书。

<<经济传播学总论>>

作者简介

周鸿铎，中国传媒大学教授，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年调入北京广播学院。现任中国传媒大学传媒经济研究所所长、网络经济研究所所长；兼任“第7届世界传媒经济学术会议”学术指导；享受国务院特殊津贴。

曾先后获北

<<经济传播学总论>>

书籍目录

第一章 经济传播学的产生 第一节 经济——社会的发展的标志 第二节 经济传播活动分析 第三节 经济传播学的产生 第四节 经济传播学的意义 第五节 经济传播学研究的方法第二章 经济传播的本质 第一节 经济传播的分类 第二节 经济传播的特点 第三节 经济传播的本质 第四节 经济传播的目标 第五节 经济传播的功能 第六节 经济传播的原则第三章 经济传播的内容 第一节 经济信息及其分类 第二节 经济信息的交流和互动 第三节 经济信息传播过程 第四节 经济传播效果 第五节 经济传播效果的测定第四章 经济传播策略 第一节 经济传播价值策略 第二节 经济传播媒介策略 第三节 经济传播方式策略 第四节 经济传播定位策略 第五节 经济传播目标策略 第六节 经济传播方案实施策略 第七节 经济传播活动设置策略 第八节 经济传播控制策略第五章 经济传播的设置 第一节 经济传播全球化设置 第二节 经济传播对象设置 第三节 经济传播市场设置 第四节 经济传播技巧设置 第五节 经济传播速度设置第六章 经济传播者 第一节 经济传播者形象 第二节 经济传播者的素质 第三节 经济传播者的责任 第四节 经济传播者的现状 第五节 经济传播者的作用 第七章 经济传播的受传者 第一节 经济传播的受传者及其分类 第二节 经济传播的受传者的影响和要求 第三节 经济传播对象的回传及其意义 第四节 受众观与受众地位 第五节 传播者与受传者的关系第八章 经济传播模式第九章 经济传播制度第十章 经济传播的趋势注释后记

<<经济传播学总论>>

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>