

<<新媒体与传媒经济>>

图书基本信息

书名：<<新媒体与传媒经济>>

13位ISBN编号：9787542628244

10位ISBN编号：7542628240

出版时间：2008-5

出版时间：上海三联书店

作者：吴信训 著

页数：384

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>

<<新媒体与传媒经济>>

内容概要

本书是关于研究“新媒体与传媒经济”的经济论文集，内中具体收录了：《同质化竞争下新闻网站信息资源经营策略探析》、《世纪之交中国有线电视发展的新动向》、《中国付费数字电视经营的难题及对策探讨》、《从新闻学到社会信息学》等文章。

<<新媒体与传媒经济>>

作者简介

吴信训，教授、博士生导师。

现任上海大学新闻传播系主任、传媒经济研究中心主任、上海大学传媒研究院副院长，上海大学学术委员会委员、中国人民大学新闻与社会发展研究中心兼职研究员、第二届教育部新闻学科教学指导委员、“全国十佳”广播电视理论工作者、享受政府特殊津贴专家。

1982年四川大学中文系毕业，留校在新闻专业任教。

两度公派赴日本东京大学及上智大学留学研究，任客座研究员。

前任四川大学文学与新闻学院副院长、兼广播电视研究所所长。

曾参与创办四川有线广播电视台，兼任台长助理。

曾被清华大学聘请为高级访问学者。

1999年在汕头大学创建新闻传播学科，任汕头大学新闻传播与现代教育技术中心主任、新闻信息传播系主任等职，兼校党委宣传部部长。

2002年引进调入上海大学。

曾获国家级、省部级优秀科研奖及优秀教学成果奖多项。

出版《实用电视传播学》、《世界大众传播新潮》、《中国有线电视经营论》、《都市新闻传播学》、《新闻传播百科全书》（主编之一）、《电影电视辞典》、《中国传媒经济研究：1949—2004》、《现代传媒经济学》等著作十余部，发表学术论文数十篇，撰有大量电视和报刊的新闻、专题、文艺等作品。

<<新媒体与传媒经济>>

书籍目录

序——差距激励求新他不懈耕耘在传媒领域的前沿——记影视学院新闻传播系主任、博士生导师吴信训国际新媒体产业的开源与流变 时髦西方传播界的“新媒介” 新媒介在生活中的应用 互联网概念问世前的“（准）互联网”扫描 周到服务的大众生活秘书——高度信息通信系统 八面灵通的电脑通信 广播电视新技术的动向 欧洲的图文电视中国新媒体产业发展的寻路觅踪 世纪之交中国有线电视发展的新动向 21世纪有线电视网络节目新形态研究 中国信息化进程中有线电视全国联网的特殊意义 网络与电视的互动前瞻 中国付费数字电视经营的难题及对策探讨 数字化环境下电视媒体的业务经营空间及对策 同质化竞争下新闻网站信息资源经营策略探析 “数字电视新闻博览台”传播新模式开发研究 新媒体与人文精神的互动 构建和谐公共话语空间——互联网上公众意见表达的形态、特征及其演进趋势 社会性别视角下博客中的女性表达和自我建构新媒体时代的传媒人才培养创新 从新闻学到社会信息学 把握国际学科动向 开创一流新闻教学 21世纪的新闻传播人才与21世纪的新闻传播教育——兼谈汕头大学新闻信息传播系的探索 美国现代新闻教育的追求 美国新闻教育扫描及启示 21世纪：新闻教育最需要什么？让社会检验青春的视点——对当代大学生DV教育的思考 传媒经济的本质、特征、核心 传媒经济与社会环境 舆论经济：传媒经济的本质解析 现代传媒经济学的理论视点 传媒经济的核心是内容经济与受众经济 传媒产业的他山之石叩问 从英国公共广播看公共传媒体制形成与发展的要因 日本的广播电视受众调查研究 日本有线电视的发展经验 美国有线电视事业发展的特征 中国传媒产业理念与实践的变革 中国传媒经济研究概观 市场经济背景下，都市媒体与都市新闻学的崛起 应当征收电视收看费 信息产业的发展道路 中国有线电视发展史论纲 试论有线电视产业经营 中国传媒集团化应注重遵循市场规律 多元的传播理解的世界 中国区域传媒经济的突围运筹 中国东西部传媒经济的失衡及其对策 拓展西部农村传媒市场促进解决“三农问题” 国际大都市视野下的上海影视产业竞争力辨析 提升长三角传媒经济活力优化中国广电传媒经济格局 服务全国的理想平台塑造品牌的精巧创意——试论东方卫视《花开中国》栏目的探索价值与提升 大鹏一日同风起——在“娱乐”中再振雄风的上海电视 七省市农村电视收视习惯调查报告

<<新媒体与传媒经济>>

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>