

<<传媒经济导论>>

图书基本信息

书名：<<传媒经济导论>>

13位ISBN编号：9787801626240

10位ISBN编号：7801626249

出版时间：2003-5

出版时间：经济管理出版社

作者：周鸿铎

页数：377

字数：313000

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>

<<传媒经济导论>>

内容概要

《传媒经济导论》是传媒经济丛书之一，系统地介绍了传媒经济的基本理论，该卷的研究对象是以传输信息为主要内容的，建立在高技术基础上的各种传播媒介，以及由它们所引起的各类经济活动及其运行规律。

本卷研究的主要内容是：传媒及其发展规律、传媒的性质、功能及其效益；传媒产业及其结构；传媒社会以及传媒革命、传媒管理及其体制等。

本卷的创新理论集中表现在对传媒二重性质、两种功能，以及广播电视业是生产力的分析上。

<<传媒经济导论>>

作者简介

周鸿铎；1940年生，河南濮阳人。

1964年毕业于郑州大学政治系，先后在国家对外文化联络委员会、北京日报社工作，1982年调入北京广播学院。

现任北京广播学院教授、博士生导师、传媒经济研究所所长、网络经济研究所所长。

曾先后获北京市优秀教师称号、北京市社会科学先进

书籍目录

绪论篇 第一章 传媒经济及其研究对象 一、传媒经济 二、传媒经济的研究对象 三、传媒经济的地位和意义 四、传媒经济的研究方法 第二章 传播媒介的性质和功能 一、传播媒介的二重性质 二、传播媒介的功能 第三章 传媒经济的理论体系 一、传媒经济理论体系 二、传媒及其发展规律 三、传媒的功能及其效益 四、传媒与受众 五、传媒网络传媒产业篇 第四章 传媒产业及其形成 一、传媒产业 二、我国传媒产业的形成 第五章 传媒产业结构 一、广播电视产业 二、报业产业 三、电信产业 四、网络产业 第六章 传媒产业经营策略 一、传媒产业系统 二、传媒资源 三、传媒产业经营策略 第七章 传媒产业的发展趋势 一、传媒产业发展的总趋势 二、当前我国广播电视产业的发展趋势 三、报业产业集团化的深入发展传媒社会篇 第八章 传媒社会 一、传媒社会模式 二、传媒社会的人际关系 三、传媒经济社会 第九章 传媒市场 一、市场和传媒市场 二、传媒市场细分化 三、传媒市场策略 第十章 传媒效益 一、传播效益和传媒效益 二、传媒效益的考核指标 三、影响传媒效益的因素 第十一章 传媒与受众 一、受众的地位和作用传媒结构篇传媒管理篇参考文献后记

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>