第一图书网, tushu007.com

# <<商业策划与新闻炒作>>

## 图书基本信息

书名：<<商业策划与新闻炒作>>

13位ISBN编号：9787801813176

10位ISBN编号：7801813170

出版时间：2005-1

出版时间：中国商务出版社

作者：魏剑美/唐朝华

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

第一图书网, tushu007.com



## 内容概要

《商业策划与新闻炒作》从商业和媒体的实战需要出发，通过大量的炒作实例和精辟的理论分析，正面评价新闻炒作现象并揭示其内在规律。

## 作者简介

魏剑美，本书主要执笔人。
湖南永州人，1971年出生。
文学硕士。
有10年的媒体从业经验和4年的高校新闻教学经验，曾在多家媒体供职，先后担任过编辑、记者、总策划、执行主编、副总编辑等职。
已出版有《走过电视湘军》、《醉与醒的边缘》、《性批判》等书。
发表各类作品计300余万字。
曾荣获多项全国性新闻奖和图书奖。
现系湖南师范大学新闻与传播学院讲师，近年来作为国内首位对新闻炒作进行专业研究的学者而引起媒体和学术界的广泛关注。
现兼任多家媒体和企业顾问，总策划，同时主持多个报刊专栏。

# <<商业策划与新闻炒作>>

## 书籍目录

序篇 炒作是一门学问 ——新闻炒作的学科认定及其意义 第一节 炒作的兴盛及其背景 第二节 关于新闻炒作的学科界定第二篇 得炒作者得“ 天下 ” ——新闻炒作的企划效用 第一节“ 注意力经济 ”时代的策略选择 第二节 炒作炒什么 第三节 炒作怎么炒第三篇 新闻引导世界，炒作引导新闻 ——炒作之于传媒和文化娱乐界的意义 第一节 传媒的“ 个性经济 ”时代 第二节 娱乐和流行文化的盛宴 第三节 找寻平衡：不可轻慢的公众利益第四篇 不炒则已，一炒惊人 ——成功炒作的必备因素 第一节 受众心理调查与分析 第二节 受众注意力的特点， 第三节 兴奋点的寻找与炒作品质的发掘第五篇 炒爆，还是炒糊 ——炒作的目标设定与阶段控制 第一节 目标设定的基本原则 第二节 控制走向与修正目标第六篇 内的内的前卫舞蹈 ——炒作的审美要求、道德规范与法律尺度 第一节 炒作与人类基本审美趣味 第二节 炒作与道德规范 第三节 炒作与法律法规和现行政策， 第四节 恶意炒作与劣质炒作第七篇 在炒作中前行 ——新闻炒作的社会推动作用 第一节 炒作与社会的进步要求 第二节 炒作对企业核心竞争力的要求 第三节 新闻炒作与社会公平第八篇 陷阱与鲜花 ——新闻炒作危机的化解 第一节 新闻炒作危机的来源 第二节 新闻炒作危机应对策略 第三节 新闻炒作危机化解成功案例剖析第九篇 剑走偏锋，胜败之间的游戏 ——新闻炒作典型案例分析 案例一“ 穿越天门 ”：张家界走向世界之旅 案例二 邹当荣：李湘助我热卖《星光大道》 案例三“ 寻找幸运男孩 ”，英特尔变招制胜 案例四 大象无形，张艺谋出手如梦 案例五 消除不了的疑惑：谁来为豪赌买单？ ——从炒作角度透视秦池、爱多两代标王的发迹及其陨落结篇 说不尽的炒作 ——由本书引出的争议以及关于人文学科的思考(代后记) “ 新闻炒作学 ”是对传统新闻观的挑战 新闻发展的事实本身拒绝权威 对社会性的“ 术 ”始终应该抱有一种警惕参考文献

## 媒体关注与评论

书评第一部实战型商业策划与新闻炒作MBA式教科书，被业界誉为“ 中国人自己写的《谁动了我的奶酪？
》 ”。
　这是一部尚未出版即引发广泛争议的奇书。
有着丰富媒体运作经验和商业策划实践的本书作者大胆揭开了传媒界“ 皇帝的新衣 ”，第一次从商业和媒体的实战需要出发，通过大量的炒作实例和精辟的理论分析，正面评价新闻炒作现象并揭示其内在规律。
内容新奇，观点新锐，资讯新潮，被认为是对传统商业运作和新闻理念的一次成功颠覆。
　无论对商业界人士还是对现代媒体从业者，这都是一部值得一读的好书。
“ 新闻炒作学 ”火爆大学课堂 张艺谋杨臣刚成为炒作教材　本报讯 湖南师范大学新闻与传播学院教师魏剑美要在大学课堂里开设“ 新闻炒作学 ”一事去年经过本报率先报道后，在全国引起了强烈的反响，包括中央电视台在内的全国上百家媒体都跟着进行了报道，部分人士曾强烈反对在大学开设“ 新闻炒作学 ”，但记者今日获悉，一度倍受争议的“ 新闻炒作学 ”昨晚在湖南师大新闻与传播学院正式开讲，而且场面十分火爆。
 学生：欢迎这样切合现实的课程 昨晚7点还不到，早就等待着听魏老师开讲“ 新闻炒作学 ”的学生李华匆匆赶到湖南师范大学新闻与传播学院401教室，准备占据最前面的座位，但他发现自己还是晚来了一步，“ 最佳座位 ”已都被比他更早来的同学占据了。
来自湖南师范大学各个院系、各个年级的学生早就挤满了一个大教室，大家都在引颈期待。
 待到魏剑美老师登台时，学生们立即报以热烈的掌声。
在随后两节课的教学中，魏剑美老师以张艺谋、杨臣刚、刀郎、刘晓庆等为例，分析了商业策划和新闻炒作在个人品牌推介和商业品牌推介方面的重要意义。
他特别提到“ 网络歌手 ”杨臣刚的迅速飙红就是借势炒作的典型，但他同时指出，杨臣刚在完成“ 吸引眼球 ”的原始积累之后再借周星驰之势就是非常不明智的选择。
魏老师以此进一步阐述了优质炒作与劣质炒作、恶意炒作的区别。
魏老师精彩的分析多次赢得学生们的掌声或开声大笑，课堂气氛十分热烈。
 下课后，意犹未尽的同学们迟迟不肯离开课堂。
今日，湖南师大新闻与传播学院四年级学生刘同学在接受记者采访时说：“ 去年听说魏老师要开‘ 新闻炒作学 ’时，我们都非常兴奋，也十分盼望这门课能开。
我们需要一些新奇的、有实用性的知识。
尽管我的学分已经修满，但我还是特意从正在试用的单位赶过来听魏老师的课，我感觉学到了很多平时学不到的知识，开阔了视野。
 ”而该校树达学院的学生因为相距较远事先没有得到消息，不少学生表示下周一定要赶过去听课，“ 因为这样的课程对于我们来说太难得了。
 ” 魏剑美：“ 炒作 ”进入大学课堂体现了进步和多元 对于自己的课程竟如此受学生们的欢迎，魏剑美老师欣喜之余多少有点出乎意料。
据魏老师介绍，他开的实际上是学校的素质教育课程，课名叫《现代企业与新闻运作》，他没有想到，不仅新闻与传播学院的不少学生选修了他的课，而且其他学院也有不少学生选修了这堂课。
来自美术学院的一名同学说：“ 我看了魏老师去年在中央电视台《实话实说》做的那期节目，我非常支持他的观点，高校教学和科研不应该回避社会敏感话题。
炒作既然已经无所不在，我们就应该客观、理性地面对它。
 ” 谈到课程名称为什么不是媒体盛传的“ 新闻炒作学 ”，魏剑美解释说，其实他从来没有使用《新闻炒作学》这个名称，他最近推出的中国第一部新闻炒作理论专著就叫《商业策划与新闻炒作》，作为教材进入了大学课堂。
他说，虽然没有直接使用颇惹争议的“ 新闻炒作学 ”，但他在课程申报时，课程内容明确地注明教学重点是“ 讲解新闻炒作现象以及新闻炒作规律、区分炒作与劣质炒作、恶意炒作 ”。

魏老师说，“ 炒作 ”能够进入大学课堂，反映了时代的进步和高校教育日益多元化的趋势。
魏剑美同时强调说，他自己曾经很长一段时间在新闻一线工作，亲眼见到许多新闻专业的大学毕业生进入媒体后需要很长一段时间来适应实际的新闻工作。
他说给学生讲解“ 新闻炒作 ”实际上是市场经济条件下必要的一种新闻教学策略，并不是做学生胡编乱造，恰恰相反，他的教学内容很大一部分是讲述新闻运作与新闻道德的。
他特意指出，传统的新闻教学只注重从媒体的需要来培养新闻人才，忽视从现代企业的需要来培养与媒体进行沟通、进行品牌推介和新闻危机化解的新闻专业人才，也正因此，他开设这门课程算得上是一种“ 创新教育 ”。
业界：炒作研究值得期待 湖南师范大学新闻系主任禹雄华副教授在接收记者采访时说，自己看过魏剑美老师作为课堂教材的著作《商业策划与新闻炒作》，认为很不错，在书里魏老师清楚地表述了新闻炒作的概念，强调新闻的前提是尊重事实，但不同的人采取不同的报道方式、手段，会形成新闻报道的差异性，从这个角度来说，“ 新闻炒作 ”是存在的。
中央财政大学新闻系教授谭云明博士认为学科研究和课程设置上的开放性应该是现代大学的重要标志。
他认为魏剑美老师开创性的研究和教学工作值得尊敬，并称有意邀请魏老师前去该校讲学。
对此，一位资深的娱乐记者表示，目前无论在文艺圈还是商业届，滥用炒作的事件层出不穷，其中很大一个原因就是规则的缺位。
如果能有一个专门的课程乃至一项专门的研究来探讨，应该说是一件好事。

第一图书网, tushu007.com



## 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