

<<电视节目经营策略>>

图书基本信息

书名：<<电视节目经营策略>>

13位ISBN编号：9787810048170

10位ISBN编号：7810048171

出版时间：1900-01-01

出版时间：中国传媒大学出版社

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>

<<电视节目经营策略>>

内容概要

本书共区分为6个部分，28章。

第一章至第七章，是从电视节目的整体研究节目经营活动；第八章至第十四章，是从节目的特殊性的角度研究节目经营活动；第十四章是一个独立部分，是从成本的角度对节目进行了专题研究；第十五章至第二十四章，是从流通总过程对电视节目制作、电视节目市场以及电视节目分配和消费进行了研究；第二十五章是一个独立部分，是专门研究网络经营及其应采取的策略；第二十六章至第二十八章分别从电视节目经营机构、制作体制、经营管理体制的角度对电视节目经营进行了研究。

关于“附录”部分是几个与电视节目经营有关的问题。

本书具有很强的可操作性，是电视节目经营者以及从事电视工作人员的必读书，同时也可以作为高等院校学生的教材。

<<电视节目经营策略>>

书籍目录

序言

第一章 电视节目经营总论

第二章 电视节目经营的前提

第三章 电视节目经营特点

第四章 电视节目经营的实质

第五章 电视节目经营机会

第六章 电视节目经营竞争

第七章 电视节目经营范围

第八章 电视新闻节目“经营”

第九章 电视教育节目经营

第十章 电视文艺节目经营

第十一章 电视服务节目经营

第十二章 电视广告经营

第十三章 电视剧经营

第十四章 电视节目成本经营

第十五章 电视节目制作经营

附录

主要参考文献

写在后面

<<电视节目经营策略>>

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>