

<<数字电视战略>>

图书基本信息

书名：<<数字电视战略>>

13位ISBN编号：9787810856904

10位ISBN编号：7810856901

出版时间：2006-6

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：艾伦·格里菲思

页数：171

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>

<<数字电视战略>>

内容概要

数字电视的影响还将更为深远。它将加速人们生活与思考方式的变化，而且还将影响到政治以及政治进程。本书以数字电视开展得最为成功的英国数字电视经营为蓝本，分析数字电视发展即将面临的商业机遇与挑战。本书为分析在重塑电视的变革过程中谁将是赢家与败将，探讨了当前各方应采用的战略，并且说明了哪些在实践中将是行之有效的，哪些是注定会令人失望的。这是一本商业类的专著。

<<数字电视战略>>

书籍目录

译者序 作者中文版序 致谢 受访者名单 序言 重新认识电视 第一章 什么是数字电视。
为什么数字电视备受关注?技术、传播与变化与敌共眠不可扼制的变化 第二章 “新”的电视观众发展最快的电子媒介并非电视“聪明”地收看 四大“群体”这意味着什么? 第三章 频道之战 成本骤减 财务因素妨碍了“主题化” 抢夺绝对轰动节目 完全全球化等于互不往来 开乐氏战略 频道压力 全球化视野,本地化管理 第四章 平台运营商蔚为壮观的崛起与衰落 什么是平台?数字平台的构建 数字平台的类型 哪里会出问题?怎么做才正确?没有标准MPEG机顶盒的未来 第五章 让节目制作盈利 三重影响 轰动节目 节目类型与品牌 为什么要为频道费心呢? 第六章 美国:留神,下一个就是你!新观众新节目如何赢得新型观众 新型观众:主张强烈,但不坚定 第七章 广告业:挑战与机遇 并存 侵蚀 抓住小众的眼球 打造内容品牌 内容何时才够“酷”?电视广告的未来 第八章 寻求有效的商业模式 陷入传统思维 跳出陈规 思考有效的商业模式 第九章 成功的运营商 技术局限 以合理的价格 提供用户想要的内容 两个频道选择器 与一个硬盘频道的消亡 第十章 开端之结束 政治观众 投资者 广告商 广播公司 附录一 美国DirecTV价格 81.99美元的节目包 频道列表(2002.5) 附录二 术语词汇表

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>