

<<中国传媒经济（第二辑）>>

图书基本信息

书名：<<中国传媒经济（第二辑）>>

13位ISBN编号：9787030162748

10位ISBN编号：7030162749

出版时间：2005-10

出版时间：科学出版社

作者：咎廷全 编

页数：189

字数：200000

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>

<<中国传媒经济（第二辑）>>

内容概要

本书试图为中国传媒领域的专家、学者、政府部门和传媒机要提供一个交流与对话的平台。主要内容包括特别约稿、传媒研究方法、研究论文、案例分析与参加“第二届中国媒体管理与资本市场论坛（2005）”的专家学者和业内成功人士的大会发言。

本书可供传媒经济与管理工作者以及高等院校的相关师生阅读参考。

<<中国传媒经济（第二辑）>>

作者简介

咎廷全，1962年生，安徽界首人，经济学博士。

现任中国传媒大学媒体管理学院院长、博士生导师，全国社会经济系统工程委员会副理事长，中国数量经济学会学术委员，中国广电学会广电产业研究专业委员会特邀理事，《中国工业经济》杂志理事，《经济学动态》杂志理事。

同时兼任上

书籍目录

代序 咎延全：学术态度、学术规范与中国传媒产业转型特讯 诺贝尔经济学奖获得者詹姆斯·莫里斯、约翰·纳什访问中国传媒大学特别约稿 艾伦·B.艾尔柏伦博士：传媒经济学研究：方法论的探索和未来的发展领域传媒研究方法 咎延全：广告购买指数研究：以电视广告为例研究论文 曾舟：浅谈中国民营电视制作公司的三种经营模式 ——合作型电视频道组合运营的可能性空间 夏征宇：理性的世纪，理性回归 ——谈广告投资回报率预测与广告预算制定的模型化方法及应用系统 邵正刚：关于我国有线电视网络定价策略问题的研究 周威：寡头垄断市场的必然选择 ——从厂商理论分析报业市场的价格战行为 吴卉：媒体促销策略分析 黄涌涛：传媒战略的国际范式浅析 张鸿霞：大众传播与商业秘密 陈笑：电视剧投资：最后的盛宴 刘智：蒋云峰：电视媒体品牌经营策略 欧阳国忠：打造一个新锐的整合平台——列车移动电视案例分析演讲嘉宾发言摘录专访

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>