

<<传媒经济热点问题原理解析>>

图书基本信息

书名：<<传媒经济热点问题原理解析>>

13位ISBN编号：9787300170992

10位ISBN编号：7300170994

出版时间：2013-3

出版时间：中国人民大学出版社

作者：张辉锋

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>

<<传媒经济热点问题原理解析>>

作者简介

张辉锋，博士，中国人民大学新闻学院副教授、新闻与社会发展研究中心研究员、传媒经济研究所副所长。

美国北卡罗来纳大学、日本电通广告公司访问学者。

研究方向为传媒经济学、传媒管理学以及广告媒体策略等。

曾出版专著《传媒经济学》、《传媒管理学》以及《传媒经济学案例教程》等。

<<传媒经济热点问题原理解析>>

书籍目录

《电影失恋33天》的情感营销/001凡客诚品的营销策略/022开心网的营销模式/041浙江卫视“中国蓝”全新品牌定位举措分析/053电影《唐山大地震》项目的社会资源吸收行为/076优酷网与土豆网合并解析/097《爱情公寓》“网络先火，带动电视台热播”的现象分析/115网络剧《老男孩》的营销/131众筹网站Kickstarter的运作/150电影《孤岛惊魂》的粉丝营销/169电视剧《金婚风雨情》植入广告争议事件分析/189优酷网络自制剧的运作/212央视的奥运广告营销、231后记/248

<<传媒经济热点问题原理解析>>

编辑推荐

张辉锋编著的《传媒经济热点问题原理解析》采取案例描绘与分析的形式，对当前传媒业运作中的13个热点问题做了现象描述与原理解析，涉及的都是营利或与营利直接有关的问题，如营销、资本运作、品牌定位、广告经营等。

本书记录和解析了电影《失恋33天》的情感营销、凡客诚品的营销策略、开心网的营销模式、浙江卫视“中国蓝”全新品牌定位举措、电影《唐山大地震》项目的社会资源吸收行为、《爱情公寓》“网络先火，带动电视台热播”的现象、电视剧《金婚风雨情》植入广告引发的争议事件等，总结其中蕴涵的重要传媒经济学规律，力争从局部、细节入手，反映出中国传媒经济学真实的全貌。

本书注重资料的翔实、准确，分析的专业、深入，其内容既是传媒经济与管理学科教学的珍贵资料，也是业界市场操作的重要参考依据。

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>