

<<电视购物频道运营与管理>>

图书基本信息

书名：<<电视购物频道运营与管理>>

13位ISBN编号：9787307103498

10位ISBN编号：7307103494

出版时间：2013-1

出版时间：武汉大学出版社

作者：李云华 编

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>

## <<电视购物频道运营与管理>>

### 内容概要

本书从电视购物的发展阶段作为研究切入点，分析自电视直销、电视购物频道以来的经验教训，探索电视购物沉浮的发展规律；以受众消费行为研究为主导，从心理学角度探讨视觉说服过程中的态度改变和强化，研究人们如何通过对某种生活方式的认同来激发对购物品牌的认同，从而被接受形成购买行为；最后，针对电视购物频道发展中的突出问题与原因，探索加强电视购物频道的法规管理，以促进电视购物频道的可持续发展。

## <<电视购物频道运营与管理>>

### 书籍目录

第一章 电视购物频道界定 第一节 电视购物频道概念 第二节 电视购物频道特点 第三节 电视购物频道运作流程第二章 电视购物频道发展历程 第一节 国外电视购物频道的发展历程 第二节 中国电视购物频道的发展第三章 电视购物频道运营模式 第一节 电视台独立运作模式 第二节 电视台与购物公司合作模式 第三节 电视台出售频道资源模式第四章 电视购物频道消费市场 第一节 电视购物的市场规模 第二节 电视购物频道的市场环境 第三节 电视购物频道收视环境第五章 电视购物频道营销策略 第一节 电视购物频道的产品策略 第二节 电视购物频道的广告宣传策略 第三节 电视购物频道的售后服务 第四节 电视购物频道的频道经营第六章 电视购物频道消费行为 第一节 电视购物消费者的认知行为 第二节 电视购物消费者的信息搜寻行为 第三节 电视购物消费者的选择行为 第四节 电视购物消费者的购后行为第七章 电视购物频道规制管理 第一节 电视购物管理主体的构架 第二节 电视购物频道的经济性规制 第三节 电视购物的社会性规制——信息把关制度 第四节 电视购物的社会性规制——消费者权益保护制度第八章 电视购物频道法规建设 第一节 电视购物频道法规建设意义 第二节 电视购物频道法规建设要求 第三节 电视购物频道法规建设核心第九章 电视购物频道发展趋势 第一节 电视购物频道经营模式优化 第二节 电视购物频道集团化发展 第三节 电视购物频道多元化发展附录参考文献后记

## <<电视购物频道运营与管理>>

### 编辑推荐

李云华编著的《电视购物频道运营与管理--中国电视购物的第二次浪潮》从电视购物的发展阶段作为研究切入点，分析自电视直销、电视购物频道以来的经验教训，探索电视购物沉浮的发展规律；以受众消费行为研究为主导，从心理学角度探讨视觉说服过程中的态度改变和强化，研究人们如何通过对某种生活方式的认同来激发对购物品牌的认同，从而被接受形成购买行为；最后，针对电视购物频道发展中的突出问题与原因，探索加强电视购物频道的法规管理，以促进电视购物频道的可持续发展。

<<电视购物频道运营与管理>>

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>