

<<都市新闻学>>

图书基本信息

书名：<<都市新闻学>>

13位ISBN编号：9787313048790

10位ISBN编号：7313048793

出版时间：2007-8

出版时间：上海交通大学出版社

作者：吴信训

页数：301

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>

<<都市新闻学>>

内容概要

都市类报刊及城市电视台是我国新闻传播事业中的一支主要方面军，在我国改革开放中起着重要的宣传导向作用，其实践及理论受到学界业界的广泛关注。

《都市新闻学》是我国第一部系统研究在具有社会主义市场经济体制下，我国城市（都市）这一特定区域空间中，新闻传播活动及新闻媒体经营发展特殊规律系统研究的专著。全书对以城市为立足之本，以市民为主的受众群体为服务对象都市新闻媒体的定位、理念、策划、经营管理，发展趋势等课题进行了阐述。

《都市新闻学》读者对象为高等院校新闻传播学等专业的本科生、研究生，以及新闻从业人员。

<<都市新闻学>>

作者简介

吴信训，新闻传播学教授、经济学博士、博士生导师。
现任上海大学人文社会科学处处长、文科发展研究院院长、传媒经济研究中心主任、享受政府特殊津贴专家。

1982年四川大学中文系毕业，两度公派赴日本东京大学及上智大学留学研究，2002年引进调入上海大学。

曾获国家级、省部级优秀科研奖及优秀教学成果奖多项。

出版有《实用电视传播学》、《世界大众传播新潮》、《中国有线电视经营论》、《新闻传播百科全书》（主编之一）、《电影电视辞典》、《中国传媒经济研究1949-2004》、《现代传媒经济学》、《新编广播电视新闻学》等著作。

书籍目录

第一章 都市新闻学的学理建构第一节 都市新闻学的内涵及定义第二节 都市新闻范畴形成的社会背景
第三节 都市新闻媒体的传播内容特点第二章 中国都市新闻媒体的发展脉络第一节 都市报开一代报风
第二节 城市电视台别树一帜第三章 都市新闻的新思维第一节 “以人为本”的传播观第二节 “硬些、
硬些、再硬些”的新闻结构第三节 都市新闻表现形式的创新第四节 市民风格的新闻文体第四章 都市
新闻传媒的定位第一节 在市场中确立位置第二节 定位的读者导向第三节 定位的竞争导向第四节 都市
传媒定位的成功探索第五章 都市新闻传媒的版面策划第一节 嫁接各类媒体优势的版面组合法第二节
适应受众需要的版面创新第三节 大信息量、多版组的信息超市第四节 版面风格时装化第六章 都市新
闻传媒的新闻策划第一节 新闻策划的内涵及其演变第二节 激发创新的新闻报道策划第三节 出奇制胜
的新闻事件策划第七章 都市新闻传媒的经营管理第一节 兼顾三方需求的经营战略第二节 产品全面质
量管理第三节 快速占领市场的敲门发行第四节 强势广告媒体第五节 扬独家优势的资本营运第六节 科
学管理人力资源第八章 都市新闻传媒发展新趋势第一节 产业化、规模化与主流媒体化第二节 全球化
数字化背景下的多元化

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>