第一图书网, tushu007.com

<<网络媒体经营战略>>

图书基本信息

书名：<<网络媒体经营战略>>

13位ISBN编号：9787501157457

10位ISBN编号：7501157456

出版时间：2002-12-1

出版时间：新华出版社

作者：赵曙光,耿强

页数：322

字数：240000

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

内容概要

矫枉过正的人们开始冷眼观看网络媒体业，认为该行业几乎不具备投资价值。
如果我们审慎地用传统经济学的观点来看，网络媒体业并没有摆脱基本经济规律的制约，泡沫时期的互联网被神话了，可是在挤除泡沫的阶段我们也不能把洗澡水和孩子一起倒掉。
在本书中，我们将力图以传统的传播学和经济学理论来分析这一新兴行业，给人们展示网络媒体经营从概念和喧嚣回归基础和真实的图景。

作者简介

赵曙光，男，1979年生。
大学本科毕业于安徽师范大学新闻系，硕士毕业于南京大学新闻传播学系。
2001年进入中国人民大学新闻学院攻读博士学位，从事媒介经济、媒介产业化、媒介资本市场和新媒体等方面的研究。
目前与他人合著出版了《媒体前沿报告》，发表学术论文20多篇

书籍目录

前言：网络媒体业喧嚣后的真实第一章 网络媒体需求的衡量和预测第二章 网络媒体的受众细分和受众定位第三章 网络媒体产品的特点及其定价策略第四章 网络新闻：网络媒体经营的关键点第五章 网络广告的经营管理第六章 网络媒体的电子商务经营第七章 网络媒体的组织架构与人力资源管理第八章 网络媒体的竞争策略第九章 网络媒体的融资第十章 网络媒体的联盟与并购第十一章 网络媒体的宏观调控附录

第一图书网, tushu007.com

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