

<<世界主要媒体的国际传播战略>>

图书基本信息

书名：<<世界主要媒体的国际传播战略>>

13位ISBN编号：9787565701573

10位ISBN编号：7565701572

出版时间：2011-10

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：胡正荣，关娟娟 主编

页数：278

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>

<<世界主要媒体的国际传播战略>>

内容概要

本书是目前国内首部探讨20世纪以来全球知名媒体国际传播战略的教材。

《世界主要媒体的国际传播战略》以经典战略管理理论，特别是国际战略理论为基本框架，结合媒体经营管理理论和国际传播理论，在描述BBC、VOA等媒体的国际传播战略演变历程和组织结构的基础上，着重分析这些媒体的主要国际传播战略。

<<世界主要媒体的国际传播战略>>

作者简介

胡正荣博士，中国传媒大学副校长、广播电视研究中心主任，教授、博士生导师。

国家社会科学基金、教育部新闻传播学学科指导委员会委员：中国传播学会会长、《现代传播》《Global Media and Communication》等国内外刊物的编委。

主持并完成中宣部、国家发改委、国家社科基金、教育部、北京市等机构科研项目近20项。共发表成果近300万字。

曾任美国哈佛大学、英国西敏斯大学等客座研究员、访问教授。在德国、法国等十多个国

<<世界主要媒体的国际传播战略>>

书籍目录

- 总序
- 导论
- 第一章 欧洲主要媒体的国际传播战略
 - 第一节 英国广播公司(BBC)
 - 第二节 法国国际广播电台(RFI)
 - 第三节 今日俄罗斯(RT)
- 第二章 美国主要媒体的国际传播战略
 - 第一节 美国之音(VOA)
 - 第二节 美国有线电视新闻网(CN)
 - 第三节 新闻集团(News Corporation)
- 第三章 亚洲、拉美等其他地区主要媒体的国际传播战略
 - 第一节 日本广播协会(NHK)
 - 第二节 半岛电视台(Al Jazeera)
 - 第三节 墨西哥特莱维萨公司(Televisa)
- 第四章 中国主要媒体的国际传播战略
 - 第一节 新华通讯社
 - 第二节 中国新闻社
 - 第三节 中央电视台
 - 第四节 《中国日报》
- 第五章 中国国际广播电台
 - 第一节 国际传播战略的演变历程
 - 第二节 组织结构与运行机制
 - 第三节 国际传播战略分析
 - 第四节 经典案例解读——国际台本土化战略探索
- 参考书目
- 后记

<<世界主要媒体的国际传播战略>>

编辑推荐

《世界主要媒体的国际传播战略》是国际传播战略理论和实践的有效融合。本书在世界范围内遴选出具有代表性的14家媒体，其中欧洲3家、美国3家、亚洲和拉美3家、中国5家，全书采取纵横交织和点面结合的方式来分析和研究这些媒体的国际传播战略。

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>