

<<媒介的市场定位>>

图书基本信息

书名：<<媒介的市场定位>>

13位ISBN编号：9787810048613

10位ISBN编号：7810048619

出版时间：2000-1-1

出版时间：北京广播学院出版社

作者：喻国明

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>

<<媒介的市场定位>>

书籍目录

- 一 我为什么钟情于民意调查（代序）
- 二 中国新闻人
- 三 北京读报人素描
- 四 市场的细分与报业的行动空间
- 五 走近报摊
- 六 电视经济类节目的市场占位
- 七 北京电视传播业市场的基本状况及北京电视台的市场操作
- 八 早间电视节目的定位策略与基础
- 九 走过二十年：我们尝试了什么
- 十 从“一老”满意到“三老”满意
- 十一 试论传播的“营销”
- 十二 试论受众注意力资源的获得与维系
- 十三 试论舆论引导的选择性操作
- 十四 略论走向世界级大台的观念准备
- 十五 关于未来五年我国媒介产业发展态势的若干预测

<<媒介的市场定位>>

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>