

<<数字电视战略>>

图书基本信息

书名：<<数字电视战略>>

13位ISBN编号：9787810856904

10位ISBN编号：7810856901

出版时间：2006-6

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：艾伦·格里菲思

页数：171

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>

<<数字电视战略>>

内容概要

数字电视的影响还将更为深远。它将加速人们生活与思考方式的变化，而且还将影响到政治以及政治进程。本书以数字电视开展得最为成功的英国数字电视经营为蓝本，分析数字电视发展即将面临的商业机遇与挑战。本书为分析在重塑电视的变革过程中谁将是赢家与败将，探讨了当前各方应采用的战略，并且说明了哪些在实践中将是行之有效的，哪些是注定会令人失望的。这是一本商业类的专著。

<<数字电视战略>>

书籍目录

译者序 作者中文版序 致谢 受访者名单 序言 重新认识电视 第一章 什么是数字电视。
为什么数字电视备受关注?技术、传播与变化与敌共眠不可扼制的变化 第二章 “新”的电视观众发展
最快的电子媒介并非电视“聪明”地收看 四大“群体”这意味着什么? 第三章 频道之战 成本骤减 财务
因素妨碍了“主题化” 抢夺绝对轰动节目 完全全球化等于互不往来 开乐氏战略 频道压力 全球化视野,
本地化管理 第四章 平台运营商蔚为壮观的崛起与衰落 什么是平台?数字平台的构建 数字平台的类型 哪
里会出问题?怎么做才正确?没有标准MPEG机顶盒的未来 第五章 让节目制作盈利 三重影响 轰动节目
节目类型与品牌 为什么要为频道费心呢? 第六章 美国:留神,下一个就是你!新观众新节目如何赢得
新型观众 新型观众:主张强烈,但不坚定 第七章 广告业:挑战与机遇 并存 侵蚀 抓住小众的眼球 打造
内容品牌 内容何时才够“酷”?电视广告的未来 第八章 寻求有效的商业模式 陷入传统思维 跳出陈规 思
考有效的商业模式 第九章 成功的运营商 技术局限 以合理的价格 提供用户想要的内容 两个频道选择器
与一个硬盘频道的消亡 第十章 开端之结束 政治观众 投资者 广告商 广播公司 附录一 美国DirecTV价
格81.99美元的节目包 频道列表(2002.5) 附录二 术语词汇表

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>