第一图书网, tushu007.com

<<传媒经济学>>

图书基本信息

书名：<<传媒经济学>>

13位ISBN编号：9787810917360

10位ISBN编号：7810917366

出版时间：2008-4

作者：杨海军，王成文　主编

页数：404

字数：622000

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

本书在结构上涵盖了理论传媒经济学、历史传媒经济学和实用传媒经济学的三大命题，这也是国内第一次较完备、较清晰地构建了传媒经济学的理论体系，以期给读者一个完整的传媒经济学概念。
本书读者主要定位于三个群体：一是新闻传播学教育框架下的广告学、新闻学、编辑出版学、广播电视新闻学、播音与主持艺术、数字媒体艺术等相关专业的学生，这是本书的主要读者群，以期完善其知识结构和理论基础；二是管理学、经济学等相关学科对传媒产业具有浓厚兴趣的学生及研究者，为其搭建一个了解传媒产业的平台；三是其他关注传媒产业的相关人士。
本书在理论阐述的同时，也注入了大量的新鲜案例，以期提供一个直观的整体性框架。

书籍目录

第一编 绪论篇　第一章 传媒经济学导论　第二章 传媒产业的发展历程第二编 传媒管理篇　第三章 传媒产业属性和管理体制　第四章 传媒产业政策第三编 传媒组织篇　第五章 传媒组织经营　第六章 传媒产品经营　第七章 传媒的人才经营　第八章 传媒财务管理第四编 传媒行业篇　第九章 电影经济学　第十章 报业经济学　第十一章 出版经济学　第十二章 期刊经济学　第十三章 广播电视经济学　第十四章 网络经济学　第十五章 会展经济学　第十六章 游戏经济学　第十七章 手机经济学第五编 传媒融合篇　第十八章 传媒融合的兴起　第十九章 传媒的资本经营　第二十章 传媒的品牌经营　第二十一章 传媒的集团经营　第二十二章 传媒的国际化经营参考文献后记

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