

<<体育传播学导论>>

图书基本信息

书名：<<体育传播学导论>>

13位ISBN编号：9787811007886

10位ISBN编号：7811007886

出版时间：2007-7

出版时间：体育大学

作者：朱宙炜

页数：323

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>

<<体育传播学导论>>

内容概要

《体育传播学导论》以传播学理论为基础，强调了体育传播的实际应用，案例和数据比较丰富，其中关于手机媒体和户外媒体的体育传播，在我国体育传播学同类著作和教材中尚属首次出现。

《体育传播学导论》对各类传媒中的体育新闻传播工作者、官方和民间体育组织中的体育传播工作者、体育相关企业如俱乐部和经纪公司中的体育传播工作者、社会体育工作中的体育传播工作者等相关人士有较强的理论和实践指导意义。

<<体育传播学导论>>

书籍目录

第一章 绪论第一节 传播与体育传播第二节 体育传播学的基本构架第二章 体育传播与社会第一节 体育传播与政治第二节 体育传播与经济第三节 体育传播与文化第三章 体育传播与体育运动第一节 体育运动与体育传播的关系第二节 体育运动对体育传播的影响第三节 体育传播对体育运动的影响第四章 体育传播类型第一节 人内体育传播第二节 人际体育传播第三节 组织体育传播第四节 大众体育传播第五章 体育传播的受众第一节 体育传播的受众概念及特点第二节 体育传播的受众行为分析第三节 作为市场的受众第四节 今天的体育传播受众第六章 体育传播效果第一节 传播效果的一般理论第二节 体育传播的影响第七章 体育传播与户外媒体第一节 户外媒体及其传播特点第二节 户外媒体在体育传播中的运用第八章 体育传播与印刷媒体第一节 国外体育印刷媒体的发展历程第二节 国内体育印刷媒体的发展历程第三节 印刷媒体体育传播的特性第九章 体育传播与广电媒体第一节 体育广播发展历程第二节 国外体育电视发展历程第三节 中国体育电视发展历程第四节 当前中国体育电视报道特点第十章 体育传播与新媒体第一节 互联网与体育传播第二节 手机与体育传播第三节 新媒体在体育传播中的发展态势第十一章 体育传播的商业化运作第一节 体育赛事与体育传播第二节 体育明星与体育传播第十二章 体育传播工作者第一节 体育传播工作者的职业道德和素养第二节 体育传播工作者的专业知识和技能附录：体育传播资源列表参考文献后记

<<体育传播学导论>>

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>