

<<手机>>

图书基本信息

书名：<<手机>>

13位ISBN编号：9787010110325

10位ISBN编号：7010110328

出版时间：2012-7

出版时间：人民出版社

作者：刘滢

页数：184

字数：230000

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>

<<手机>>

内容概要

《手机：个性化的大众媒体》不仅是作者刘滢这几年对手机媒体关注、调研的积累汇总，更是博采众家之长的一个集成品。

全书共分六章，内容包括：手机：从移动通话工具到大众传媒；短信：文字与符号的“精灵”；手机报：最成熟的手机媒体？

；手机电视：“渠道为王”还是“内容为王”？

；手机互联网：让人欢喜让人忧；手机广告：逆势增长的“蓝海”。

<<手机>>

书籍目录

第一章 手机：从移动通话工具到大众传媒

第一节 手机媒体的概念与分类

第二节 手机媒体的诞生与发展

第三节 手机媒体的特点与影响

第四节 手机媒体的用户与需求

第五节 手机媒体的发展趋势

第二章 短信：文字与符号的“精灵”

第一节 手机短信的概念与分类

第二节 新闻短信

第三节 媒体互动短信

第四节 短信文学

第五节 手机短信的运营

第三章 手机报：最成熟的手机媒体？

第一节 手机报的概念与分类

第二节 手机报的诞生与发展

第三节 手机报的用户

第四节 手机报的内容采编

第五节 手机报的运营

第四章 手机电视：“渠道为王”还是“内容为王”？

第一节 手机电视的概念与分类

第二节 手机电视的诞生与发展

第三节 手机电视的内容

第四节 手机电视的运营

第五章 手机互联网：让人欢喜让人忧

第一节 手机互联网的概念与分类

第二节 手机互联网的诞生与发展

第三节 手机互联网的用户

第四节 手机互联网的商业模式

第五节 手机互联网的发展趋势

第六章 手机广告：逆势增长的“蓝海”

第一节 手机广告的概念与发展

第二节 短信 / 彩信广告

第三节 WAP广告

第四节 其他形式的手机广告

第五节 手机广告的发展趋势

结语：好戏刚刚上演

参考文献

后记

<<手机>>

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>