

<<传媒经济研究与拓扑传播学探索>>

图书基本信息

书名：<<传媒经济研究与拓扑传播学探索>>

13位ISBN编号：9787030307422

10位ISBN编号：7030307429

出版时间：2011-4

出版时间：科学出版社

作者：咎廷全

页数：131

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>

## <<传媒经济研究与拓扑传播学探索>>

### 内容概要

本书主要包括两方面内容。

第一部分详细介绍了传媒与传媒经济系统的基本概念和特点、传媒经济与系统经济之间的关系、传媒产业网络外部性的数学模型、传媒产业融合等；第二部分包括拓扑传播学初探、传播的分类、传播的数学模型和传播有效性原理的粗集模型等。

本书适合大学经济管理、传媒经济与传播学专业师生及政府、企业、科研单位的相关人员阅读。

<<传媒经济研究与拓扑传播学探索>>

书籍目录

未曾设计的呈现(代序)

第一部分 传媒经济研究

科学与艺术:探索真理的两条不同途径

论传媒经济学与系统经济学之间的关系

诺贝尔经济学奖获得者与传媒经济研究

传媒经济学研究的历史、现状与对策

传媒价值定律的实证研究

积极整合资源,加强我校传媒经济学学科建设

影响房价的传媒因素

传媒产业融合——基于系统经济学的分析

电视连续剧《大染坊》中的系统经济学思想

论新闻的真实性

社会形式化认可与真实水平:传媒的作用

传媒产业网络外部性的数学模型:以电视产业为例——兼论数字电视的推广

广告购买指数研究:以电视广告为例

互联网环境下舆论管理模式创新

中国一定能够出现世界级的媒体

腾讯网经济频道在线专访

《中央电视台品牌战略》策划会

在东南卫视“节目创新与品牌价值研讨会”上的发言

当前我国电视行业面临的形势与对策

传媒产业的兴起与《中国传媒经济》的创生代序

《中国传媒经济》(第三辑)前言

学术态度、学术规范与中国传媒产业转型代序

《国外传媒经济管理经典译丛》总序

开幕式致词——主持人讲话

分工与合作的辩证模型:频道专业化的优势和局限

中国媒体管理与资本市场论坛:官、产、学三者互通的平台——专访中国传媒大学媒体管理学院胥廷全院长

第二部分 拓扑传播学探索

拓扑传播学初探

论传播的分类及其数学模型

传播有效性原理的粗传递模型

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>