

<<媒介经济学>>

图书基本信息

书名：<<媒介经济学>>

13位ISBN编号：9787300093161

10位ISBN编号：7300093167

出版时间：2008-6

出版时间：中国人民大学出版社

作者：艾莉森·亚历山大

页数：313

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>

<<媒介经济学>>

内容概要

本书集中探讨经营部门的经济原理，并将此经济原理应用于特定的媒介产业。

全书共分两部分，第一部分(经济价值和结构)侧重于理论，第二部分(产业与实践)侧重于实务。

理论部分集中关注媒介经济、经济和商业分析的技巧以及日新月异的媒介环境的整体特征，为读者高屋建瓴地解读媒介产业实践作了良好铺垫。

实务部分紧扣业界实践，鲜活生动，依次举例说明了当代报纸、图书、杂志、广播电视、有线电视、电影、无线电广播、唱片、广告和有线产业的商业活动。

<<媒介经济学>>

作者简介

本书主要作者包括艾莉森·亚历山大 (Alison Alexander), 詹姆斯·奥厄斯 (James Owers), 罗德·卡维思 (Rod carveth), C·安·霍利菲尔德 (C·Ann Hllifield) 和艾伯特·N·格列柯 (Albert N.Greco) 等, 他们分别来自佐治亚大学, 佐治亚州立大学, 罗彻斯特理工学院, 佐治亚大学和福德汉姆大学。其他撰稿人还包括罗伯特·科恩-里维尔 (Robert Corn-revere)、罗伯特·G·皮卡德 (Robert G.Picard) 等。

罗伯特·科恩-里维尔是一位有着十多年从业经历的通信方面的律师。

罗伯特·G·皮卡德为瑞典延雪平大学国际商学院媒人经济学教授, 在媒介经济方面著述颇丰。

<<媒介经济学>>

书籍目录

经济价值和结构 第1章 引论 第2章 经济和媒介管制 第3章 结构与变革：通信业概览 第4章 国际性媒介的经济 产业与实践 第5章 报业经济 第6章 图书和杂志业经济 第7章 广播电视网 第8章 有线电视业经济 第9章 好莱坞经济：金钱与媒介 第10章 当代无线电广播业经济 第11章 唱片业经济 第12章 广告业经济 第13章 在线媒介经济术语表作者索引主题词索引译后记

<<媒介经济学>>

章节摘录

经济价值和结构 第1章 引论 货币政策 尽管对美联储的举措到底多有力这个问题仍有争议，但大多数经济学家和金融从业者还是对此问题持肯定态度。

保罗·沃克尔（Paul Volker）任美联储主席时（1979年10月上任），美联储强调缩减通货膨胀。它通过保持“货币紧缩”状态来缩减通货膨胀，“货币紧缩”状态表现为短缺的贷款、高利率和低水平的经济活动（GDP）。

这三者常在一个经济扩张周期的后期集中到一起。

美联储还能放慢过热的经济发展。

相反，当经济陷入衰退时，美联储就增加货币供给（借助金融市场中的政府债券交易和贴现率变化），货币供给的增加又会降低利率〔正如2001年和2002年美联储主席艾伦·格林斯潘（Alan Greenspan）领导美联储时所做的那样〕。

只要商业信心还没有跌落得太低，降低借款成本一般会使投资和经济活动增加。

可是，如果商业信心低于某一极限，那么即使增加货币供给也不会使投资和经济活动增加。

这时候国家经济就需要政府借助于直接的消费刺激来帮忙了。

由于中央银行政策变动会产生很重要的影响，因此任何公司的管理者都有必要遵循货币政策方针。
在对长期增长且保持低通货膨胀率的经济作跨国对比分析时，人们常常很重视美联储在其中所起的作用。

1994—1999年，美国经济在强劲增长的同时保持低通货膨胀率和低利率便是此方面的一个体现。

有人已批评美联储在20世纪90年代挣钱太多，并加速了经济泡沫的生成。

不过，美联储的主要职责和关注点是控制通货膨胀，近期内，通货膨胀已不再成为问题。

<<媒介经济学>>

编辑推荐

本书的最大特色是理论之“深”与实务之“活”相得益彰，能东路对经济和媒介产业具有不同程度北京知识的各种读者的需要。

本书集思广益，博采众家之长，由17位作者合力完成，第位作者都是自己所研究领域内的专家。全书就像一面多棱镜，每位作者所负责的章节是基本的一个镜面，反映出媒介经济特定研究领域内的前沿研究成果。

<<媒介经济学>>

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>