

<<媒介内容策划与运营>>

图书基本信息

书名：<<媒介内容策划与运营>>

13位ISBN编号：9787302248385

10位ISBN编号：7302248389

出版时间：2011-3

出版时间：清华大学出版社

作者：（美）依斯特曼，（美）费格斯 著，刘涛，何艳，张海华 译

页数：529

字数：704000

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>

<<媒介内容策划与运营>>

内容概要

本书聚焦于美国媒介策划与运营格局中的“内容”世界，核心探讨媒介节目（包括电子媒体节目、在线节目和新媒体节目）的选择、编排、推广和评价）机制。

全书分为四部分，共12章，每一章都由相关领域非常权威的知名专家负责撰写。

具体来说，第一部分核心探讨媒介策划与运营的基本理论与框架模型、受众接受行为（如观看、收听、点击）及其测量方式、以及国内/国际辛迪加营销网络的市场竞争策略；第二部分重点分析全国无线电视网（黄金时段和非黄金时段）、商业电视台和公共电视台的节目策划与运营机制；第三部分核心探讨有线系统、电信系统、卫星系统以及在线视频系统的节目策划与运营机制；第四部分重点讨论音乐广播和资讯广播的节目策划与运营机制。

<<媒介内容策划与运营>>

书籍目录

第一部分：媒介内容策划与运营的资源及法则

第1章：节目策划与运营战略的模型与框架

什么是节目策划与运营

法则的诱惑

结构框架的考虑

节目策划与运营的要害

节目策划与运营的模型

节目策划与运营的外部影响因素

展望未来

参考文献

第2章 节目与受众研究

节目策划与运营人员的决策信息

节目测试

定性的受众研究

视听率服务

视听率术语和测量计算

电视市场报告与其他节目测量途径

广播报告

有线电视收视率

在线研究

视听率的局限性

未来的挑战

参考文献

第3章 国内与国际辛迪加运营

辛迪加产业链

节目购买

收视率咨询

决策过程

计算利润潜力

支付

有线电视与辛迪加

国际媒介市场

辛迪加的未来

参考文献

第二部分 无线电视的节目策划与运营战略

第4章 电视网黄金时段娱乐节目的策划与运营

丑闻

垂直整合

目标受众

黄金时段的收视率

黄金时段的节目编排实践

节目续约

新节目的选择

节目推广的角色

重要节目形态的变化

<<媒介内容策划与运营>>

电视网的决策

展望未来：风险与回报

参考文献

第5章 电视网非黄金时段节目的策划与运营

黄金时段之外的时段安排

节目编排战略

体育节目

日间肥皂剧和游戏节目

工作日新闻与信息节目

周末新闻和信息节目

儿童节目的策划与运营

谈话节目

周末午夜娱乐节目

合并的效果

参考文献

.....

第三部分 有线、卫星和在线节目的运营战略

第四部分 广播节目的策划与运营

译后记

译者简介

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>