第一图书网, tushu007.com

<<中国电视传媒资源整合>>

图书基本信息

书名：<<中国电视传媒资源整合>>

13位ISBN编号：9787504353160

10位ISBN编号：7504353167

出版时间：2007-7

出版时间：广播电视

作者：李晓枫

页数：452

字数：330000

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书剖析了中国电视传媒资源整合的一般规律、历史沿革及中西电视传媒资源整合现状。
并在此基础上，全面、系统、深入地对中国电视传媒资源整合的“宏观”、“中观”层面——电视业产业结构和产业布局问题．及“微观”层面——电视业产业组织问题进行了研究。
通过对这两者的研究，本书提出了“一体多元”、“公益为本、经营为用“等理论主张。
本书理论扎实、逻辑严谨、案例丰富、贴近实际，是该领域第一本理论研究专著，对中国电视具有很强的理论和实践意义。

<<中国电视传媒资源整合>>

书籍目录

上编 电视传媒资源整合的理论框架 第一章 资源整合的一般规律　第一节“资源整合”析义　一、“资源整合”概念的内涵和外延　二、“电视资源整合”概念的内涵和外延　第二节电视“资源整合”的一般规律　一、电视业的经济学特征　二、电视业中“事业”和“产业”概念之辩证　三、中国电视资源整合理论的立足点：“公益为本、经营为用”　第三节 中国电视“资源整合”的研究范畴 第二章 中国电视资源整合理论框架的确立　第一节 电视传媒产业理论的建构　一、传媒经济理论的构建　二、电视产业理论的建构　第二节 电视资源整合理论与国家宏观调控政策的汇流　一、我国传统电视管理体制下资源配置的弊端　二、电视产业的发展呼唤资源整合　三、电视行业的规范化管理要求实现电视资源整合　第三节 电视资源整合的一般理论框架　一、电视资源的定义及分类　二、电视资源整合的一般方式　三、电视资源整合的理想目标：一体多元的资源配置格局 第三章 中国电视传媒资源整合的实政历程　第一节 以加强新闻宣传管理为目标的电视资源整合　一、有中国特色传媒新闻宣传政策的建构　二、以加强新闻宣传管理为中心：电视资源整合的起步　…… 第四章 西方电视传媒的资源整合中编 电视传媒宏观、中观层面的资源整合 第五章 电视资源的专业整合 第六章 电视资源的结构整合 第七章 电视资源纵向整合 第八章 电视资源社会整合下编 电视传媒役现层面的资源整合 第九章 电视人力资源整合 第十章 电视技术资源整合 第十一章 中国电视财力资源整合 第十二章 电视内容资源的整合 第十三章 中国电视受众资源整合编后记

第一图书网, tushu007.com

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